



**FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO**

**Programa de Doctorado en Desarrollo Integral e Innovación de Destinos Turísticos**

---

**TESIS DOCTORAL**

**El turismo comunitario como herramienta de  
desarrollo territorial en las provincias del sur de  
Marruecos**

**Abdellah El Aomari**

Las Palmas de Gran Canaria, 2017





UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

**Programa de Doctorado en Desarrollo Integral e Innovación de Destinos Turísticos**

---

**Título de la Tesis:**

**El turismo comunitario como herramienta de  
desarrollo territorial en las provincias del sur de  
Marruecos**

**Tesis Doctoral presentada por:**

**D. ABDELLAH EL AOMARI**

**Dirigida por:**

**DR. D. JUAN MANUEL PARREÑO CASTELLANO**

**El Director,**

**El Doctorando,**

**Las Palmas de Gran Canaria, 2017**



## PRESENTACIÓN

La investigación que a continuación se desarrolla se planteó para dar respuesta a la necesidad de conocer en qué medida la actividad turística comunitaria ofrece oportunidades económicas y sociales para las comunidades locales de las provincias del sur de Marruecos de Sidi Ifni, Guelmim, Tan-Tan y Tarfaya y, al mismo tiempo, incide en su revalorización del patrimonio cultural y natural.

Quiero agradecer al Dr. Juan Manuel Parreño Castellano el tiempo dedicado a este trabajo y su permanente atención. En especial quiero agradecerle que dedicara parte de su tiempo de ocio para atender mis dudas, aportando en todo momento su experiencia para llevar a buen puerto este trabajo. Debo reconocer su visión para orientarme hacia dónde dirigir mi tesis, así como su conocimiento en la materia, lo que ha simplificado mi labor en la búsqueda de material científico.

Gracias a todas las personas e instituciones que han colaborado amablemente proporcionando la información necesaria para desarrollar esta investigación.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos:

A Dios por darme la existencia y velar por mí y por mis seres queridos;

Al alma de mi padre, por enseñarme la sabiduría y la educación. Que en paz descanse;

A todos la mujeres de mi vida: mi madre, mi novia y mis hermanas, porque soy lo que soy hoy gracias a sus existencias, que fueron las que me ilusionaron a aventurarme en este mundo y han estado animándome en los momentos más difíciles en los que las fuerzas y la motivación fallan,

A mis hermanos y mis amigos por su continuo apoyo y soporte;

A mi ciudad Tan-Tan, que está en mi corazón. Esta ciudad que es abandonada por su población, voluntariamente o involuntariamente, que a veces está tan sola y que, aun así, resiste...

*"Mi éxito depende de Dios; a Él me encomiendo y ante Él me arrepiento"* Hud, 88.

*ABDELLAH*

عبد الله

# ÍNDICE

---

ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y ABREVIATURAS.....	VII
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	1
1- Introducción .....	2
2- Objetivos e hipótesis .....	3
3- Metodología y fuentes.....	4
3.1. Fuentes textuales y estadísticas .....	4
3.2. Encuesta .....	7
3.3. Trabajo de campo .....	12
3.4. Entrevistas en profundidad.....	14
3.5. Análisis estadístico de los datos .....	15
5- Delimitación del ámbito geográfico de estudio.....	15
6- Estructura de la tesis.....	16
CAPÍTULO II. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL TURISMO COMUNITARIO .....	19
1- Introducción: un término con diferentes significados .....	20
2- Hacia un concepto integrador.....	21
3- Origen y evolución del turismo comunitario.....	26
4- Dimensiones del turismo comunitario para su desarrollo .....	31
4.1. Dimensión económica: estructura productiva .....	31
4.2 Dimensión social: participación, empoderamiento y gobernanza.....	33
4.3. Dimensión ambiental.....	35
4.4. Dimensión cultural .....	36
5- Síntesis: condiciones propicias para el turismo comunitario .....	37
CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS TERRITORIALES, SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LAS PROVINCIAS DE GUELMIM, SIDI-IFNI, TAN-TAN Y TARFAYA.....	40
1- Introducción .....	41
2- Situación económica .....	44
2.1. Agricultura y ganadería.....	46
2.2. Pesca.....	48
2.3. Comercio y servicios.....	49
2.4. Artesanía .....	49
3- Infraestructuras.....	50
3.1. Transporte y comunicaciones.....	50
3.2. Recursos hídricos .....	52

3.3. Energía eléctrica.....	52
4- Situación demográfica y bienestar social.....	53
5- El desarrollo turístico.....	57
5.1. Los recursos territoriales turísticos de la zona.....	58
5.2. La infraestructura turística.....	63
5.3. El perfil de los turistas.....	67
6- Evaluación de ventajas e inconvenientes para el desarrollo turístico.....	72
<b>CAPÍTULO IV. LA POLITICA TURÍSTICA DE MARRUECOS .....</b>	<b>74</b>
1- Introducción .....	75
2- La política turística a nivel estatal.....	75
3- La política turística a nivel regional.....	83
3.1. Características generales .....	83
3.2. El crecimiento masivo como estrategia turística de Guelmim – Oued Noun.....	86
3.3. Las actuaciones para la diferenciación y la cualificación .....	92
4- Conclusiones .....	95
<b>CAPÍTULO V. LA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ÁREA DE ESTUDIO .....</b>	<b>98</b>
1- Introducción .....	99
2- Potencialidad turística del área.....	100
3- Turismo comunitario eco-cultural.....	103
3.1. Dificultades para el desarrollo del turismo eco-cultural de base comunitaria.....	104
3.2. Consecuencias y posibilidades del desarrollo turístico comunitario.....	107
3.3. Apoyo institucional: políticas, programas y ayudas.....	111
4- Bases de intervención para un modelo turístico comunitario.....	116
5- Conclusiones .....	120
<b>CAPÍTULO VI. EL PAPEL DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO EN EL TURISMO RURAL Y CULTURAL DE BASE COMUNITARIA .....</b>	<b>123</b>
1- Introducción .....	124
2- La apuesta de los organismos internacionales por el turismo rural comunitario como instrumento del desarrollo socioeconómico sostenible.....	125
3- La Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y el Programa Oasis del Sur en el desarrollo del turismo rural y cultural comunitario.....	127
3.1. La Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano.....	128
3.2. Programa Oasis del Sur.....	131
4- El papel de la INDH en el desarrollo turístico: presentación de experiencias .....	135
4.1. Micro empresa comunitaria RKOUNTE TOUR en playa de Mirleft .....	136
4.2. La experiencia de la asociación Amigos de Tarfaya.....	138

5-	El programa Oasis del Sur (POS) y la creación de casas de huéspedes en la comuna rural de Tighmert .....	140
6-	Conclusiones .....	143
<b>CAPÍTULO VII. LA MUJER EN LA VALORIZACIÓN DE LA CULTURA LOCAL PARA EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA .....</b>		<b>145</b>
1-	Introducción .....	146
2-	La cultura y el turismo comunitario: intersección necesaria .....	147
3-	La cultura hasaní como base para el desarrollo turístico.....	149
4-	La participación de las mujeres como palanca para el desarrollo del turístico comunitario cultural.....	151
5-	Las iniciativas del tejido asociativo femenino en la valoración de la cultura local a través de experiencias comunitarias .....	152
5.1.	La cooperativa femenina de argán “Tafyoucht” en Mesti (Sidi Ifni).....	154
5.2.	La cooperativa femenina Qafila en la comuna rural de Tighmert.....	158
5.3.	La experiencia de La Asociación Ouin Madkour para el desarrollo Social, Cultural y Turístico (Oasis Ouin Madkour) en la provincia de Tan-Tan .....	162
6-	Conclusiones .....	166
<b>CAPÍTULO VIII. LA GESTIÓN COMUNITARIA DEL ECOTURISMO EN EL PARQUE NATURAL KHENIFISS, TARFAYA .....</b>		<b>168</b>
1-	Introducción .....	169
2-	Relación entre ecoturismo y gestión en las áreas protegidas .....	169
3-	La gestión comunitaria: una respuesta a los problemas de gestión turística en las áreas protegidas .....	171
4-	Los parques nacionales en Marruecos.....	173
5-	Descripción general del Parque Nacional de Khenifiss .....	178
6-	La actividad turística en el Parque Nacional de Khenifiss .....	183
7-	Experiencia en la gestión comunitaria del ecoturismo en el P.N. Khenifiss .....	185
8-	El proyecto de Gestión de Áreas Protegidas .....	189
9-	La Red Asociación Khenifiss en el Proyecto de Gestión Comunitaria de Desarrollo Social.....	190
9.1.	Creación de un albergue eco-turístico .....	191
9.2.	Apertura de un eco-museo.....	192
9.3.	Fomento de la actividad turística en la laguna de Naila.....	192
10-	Conclusiones .....	194
<b>CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES GENERALES .....</b>		<b>196</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>223</b>
<b>ANEXO. ENTREVISTAS .....</b>		<b>224</b>
<b>ANEXO. ENCUESTAS.....</b>		<b>235</b>

Encuesta de Académicos.....	236
Encuesta de Autoridades y ONG .....	244
Encuesta de Emprendedores.....	253

## ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y ABREVIATURAS

---

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Fases de trabajo de campo .....	12
Tabla 2. Condiciones propicias para el desarrollo del turismo comunitario .....	38
Tabla 3. Población y superficie de la zona de estudio .....	43
Tabla 4. La agricultura en la zona de estudio .....	47
Tabla 5. Producción pesquera en los puertos de la zona de estudio .....	48
Tabla 6. Estructura de la población por grupos de edad .....	54
Tabla 7. Tasa de Actividad y de Desempleo en 2014 .....	55
Tabla 8. Recursos Territoriales Turísticos de la zona de estudio .....	62
Tabla 9. Número de habitaciones turísticas (arriba) y plazas (abajo) en las cuatro provincias, 2014 .....	63
Tabla 10. Análisis DAFO de la zona de estudio .....	73
Tabla 11. Objetivos y actuaciones de las Visiones 2010 y 2020 .....	79
Tabla 12. Llegadas por nacionalidad en los puestos fronterizos .....	82
Tabla 13. Regiones turísticas de Marruecos en la Visión 2020 .....	84
Tabla 14. Equipamientos turísticos en las tres estaciones turísticas .....	91
Tabla 15. Medias aritméticas según tipo de recurso y colectivo encuestado .....	101
Tabla 16. Posibles consecuencias del desarrollo de un modelo turístico comunitario eco-cultural en la zona .....	108
Tabla 17. Objetivos de los Programas de Naciones Unidas para el Desarrollo .....	126
Tabla 18. Resultado de INDH según programas .....	130
Tabla 19. Datos globales de proyectos y acciones del INDH por provincias .....	131
Tabla 20. Proyectos y acciones del INDH por objetivo y provincia .....	131
Tabla 21. Beneficios de las Actividades Generadoras de Recursos (AGR) .....	159
Tabla 22. Estimación de los ingresos generados por AGR .....	162
Tabla 23. Las categorías de las áreas protegidas según la UICN .....	174
Tabla 24. Los Parques Nacionales de Marruecos según fecha de creación .....	176
Tabla 25. Hitos en el proceso de protección del Parque Nacional Khenifiss .....	180
Tabla 26. Recursos territoriales del P.N. Khenifiss para el turismo .....	184

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Esquema básico del trabajo de investigación.....	17
Figura 2. Dimensiones de turismo comunitario.....	31
Figura 3. Secuencia del empoderamiento comunitario .....	35
Figura 4. Organización territorial de Marruecos .....	41
Figura 5. Distribución provincial de la población de Marruecos .....	42
Figura 6. Grandes unidades paisajísticas del área de estudio .....	44
Figura 7. Número de cabezas de ganado .....	47
Figura 8. Red de infraestructuras de transporte y energía .....	51
Figura 9. Tasa de la pobreza en 2007 .....	56
Figura 10. Recursos paisajísticos ambientales .....	59
Figura 11. Recursos paisajísticos culturales y culturales no paisajísticos.....	60
Figura 12. Capacidad alojativa clasificada según provincias (arriba) y número de establecimientos según categoría (abajo) .....	64
Figura 13. Conformidad con las ayudas públicas recibidas según tipo.....	67
Figura 14. Turistas llegados a la zona de estudio en 2012 .....	67
Figura 15. Estacionalidad en la zona de estudio y en el conjunto del país.....	68
Figura 16. Motivaciones para la visita a la zona según colectivo encuestado.....	69
Figura 17. Procedencia de los turistas que visitan la zona para conocer su patrimonio, cultura y espacios naturales .....	70
Figura 18. Estacionalidad de los turistas que visitan la zona para conocer su patrimonio, cultura y espacios naturales .....	71
Figura 19. Agentes públicos relacionados con la organización y promoción del turismo en Marruecos .....	76
Figura 20. Evolución del número total de plazas en alojamiento turístico en Marruecos .....	83
Figura 21. Regiones Turísticas de Marruecos .....	85
Figura 22. Localización de las principales intervenciones en Marruecos .....	88
Figura 23. Proyecto turístico en Oued Chbika .....	90
Figura 24. Circuitos turísticos de la zona .....	93
Figura 25. Medias aritméticas según adecuación de tipología turística y colectivo encuestado .....	102
Figura 26. Valoraciones promedio de los obstáculos para el desarrollo del turismo eco-cultural comunitario por categoría.....	105
Figura 27. Valoraciones promedio de los obstáculos para el desarrollo del turismo eco-cultural comunitario del total de encuestados .....	107
Figura 28. Valoraciones promedios normalizadas de las consecuencias del turismo eco-cultural comunitario en la zona .....	109
Figura 29. Nivel de conformidad de las autoridades y especialistas académicos sobre el nivel de apoyo al turismo comunitario eco-cultural de diferentes planes y estrategias	112

Figura 30. Valoraciones promedio entre las autoridades y ONG de diferentes planes y estrategias estatales y regionales .....	114
Figura 31. Valoraciones promedio entre las autoridades y ONG sobre la implicación de diferentes agentes en el turismo comunitario eco-cultural .....	115
Figura 32. Valoraciones promedio sobre las dificultades para el desarrollo de colaboración turística canario-marroquí en la zona clasificadas en número de dispersiones .....	118
Figura 33. Valoraciones promedio sobre las dificultades para la colaboración en investigación turística entre la ULPGC e UIZA.....	119
Figura 34. Presupuesto aportado por las cinco agencias de la ONU en el Fondo para los Objetivos de Desarrollo del Milenio en Marruecos.....	132
Figura 35. Objetivos del POS .....	133
Figura 36. Edad de los beneficiarios de POS (en % ).....	134
Figura 37. Mapa de localización de las actuaciones financiadas por el INDH y el POS .....	135
Figura 38. Fotos de actividades ofrecidas por los jóvenes de Rkounte Tour a las turistas .....	137
Figura 39. Fotos del Rally Aéreo Anual Toulouse-Tarfaya-Saint Louis 2016 .....	139
Figura 40. Fotos del sede del museo Antoine de Saint-Exupéry de Tarfaya.....	139
Figura 41. Croquis de localización del oasis de Tighmert .....	141
Figura 42. Letreros de casas de huéspedes de Tighmert .....	143
Figura 43. Mapa de localización de proyectos empresariales femeninos en el área de estudio.....	153
Figura 44. Área arganera y la comuna rural de Mesti .....	154
Figura 45. Recolección y elaboración del aceite de argán. ....	157
Figura 46. Productos de cestería de Tighmert .....	160
Figura 47. Proceso de fabricación de las Jaimas .....	161
Figura 48. Oasis Ouin Madkour .....	163
Figura 49. Plantas de semar.....	164
Figura 50. Proceso de la producción de tapices.....	165
Figura 51. Tapices en la Jaima principal del Mousseem de Tan-Tan, 2014.....	165
Figura 52. Red de parques nacionales de Marruecos .....	178
Figura 53. Situación geográfica de las comunas rurales de la provincia de Tarfaya ...	179
Figura 54. Límites y estructura del parque nacional de Khenifiss .....	181
Figura 55. Evolución de la población de la comuna rural de Akhfennir.....	182
Figura 56. Agentes en la gestión del PNK.....	186
Figura 57. Centro de información y puesto de observación de aves .....	190
Figura 58. Albergue Khenifiss .....	191
Figura 59. Eco-Museo en la sede de la Red Asociación Khenifiss .....	192
Figura 60. La laguna de Naila y paseo en un barco en la laguna .....	193
Figura 61. Esquema básico de resultados de investigación.....	208

## LISTADO DE ABREVIATURAS

- ADS** - Agencia de Desarrollo Humano
- AGI** - Actividad Generadora de Ingresos
- AP** - Áreas Protegidas
- CESA** - Consejo Económico, Social y Ambiental
- FEM/FMAM** - Fondo para el Medio Ambiente Mundial
- GIE** - Grupo de Interés Económico
- HCEFLCD** - Alta Comisaria de Aguas y Bosques y de la lucha contra la Desertificación
- INDH** - Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano
- MDG. Fund** - Fondo para el Logro de los objetivos de Desarrollo del Milenio
- OMT/UNWTO** - Organización Mundial del Turismo
- ONU** - Organización de las Naciones Unidas
- OIT** - Organización Mundial del Trabajo
- PAC** - Plan de Acción Comunitaria
- PAG** - Plan de Ordenación y Gestión
- PCD** - Plan Comunal de Desarrollo (Plan comunal de développement)
- PDAP** - Plan Director de Áreas Protegidas
- PGAP** - Proyecto de Gestión de Áreas Protegidas
- PNK** - Parque Nacional Khenifiss
- PNUD** - Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- POCTEFEX** - Programa de Cooperación Transfronteriza “España Fronteras Exteriores”
- POS** - Programa Oasis Sur
- RAK** - Red Asociaciones Khenifiss
- SDAU** - Plan Director de Ordenación Urbana (Schéma directeur d’Aménagement urbain)
- SDAUL** - Plan (Schéma) Director de Ordenación Urbana Litoral de la Región Guelmim-Oued Noun
- SRAT** - Plan Régional de Ordenación Territorial (Schéma national d’Aménagement Territorial)
- TC / CBT** - Turismo Comunitario
- TIC** - Tecnologías de la Información y la Comunicación
- UICN** - Unión Internacional para Conservación de la Naturaleza

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

---

## 1- Introducción

El “Sur de Marruecos” se encuentra en un momento crucial en su desarrollo económico. Tras un periodo prolongado en el que el gobierno marroquí ha desarrollado una política de colonización en el Sahara Occidental sustentada en un régimen fiscal específico y en una generosa línea de subvenciones, las autoridades alauitas están apostando en los últimos años por desarrollar otro tipo de política económico-social en la zona. En concreto, las aspiraciones marroquíes se dirigen al turismo de masas, principalmente en la zona litoral, como herramienta de desarrollo. Esta opción, que supone trasladar el modelo turístico que se ha puesto en marcha en otras áreas de Marruecos al Sahara Occidental, implica la llegada de gran cantidad de capitales foráneos y el inicio de un proceso de intervención territorial a gran escala.

Tenemos que plantearnos si es este el modelo económico que la población residente en el área de estudio necesita. Creemos que una intervención como la que se propone implica grandes impactos ambientales y no asegura un desarrollo social igualitario que favorezca que la región aumente en cohesión social y en niveles de riqueza. Por el contrario, supone que el territorio se ponga al servicio del gran capital exógeno a la zona.

En este contexto, pensamos que es posible implementar otro modelo de intervención turística en la zona, que aporte mayor valor añadido y que beneficie de modo más directo a la población. Una de las opciones turísticas que podrían formar parte de ese modelo alternativo es el turismo comunitario.

En el turismo comunitario la población local es la protagonista ya que es el principal agente de desarrollo, manteniendo la capacidad de decisión, al mismo tiempo que consigue mantener buena parte de los beneficios productivos. Por tanto, desde el punto de vista social supone una modalidad turística adaptada en mayor medida a las características sociales de las áreas receptoras, a sus capacidades y a su identidad cultural. La actividad económica que el turismo genere debe de traducirse en una mejoría de la actividad económica de la zona y de sus habitantes y, por tanto, en una mejoría de aquellos índices que representan evolución económica: alivio de la pobreza, reducción del desempleo, mejora del nivel formativo de la población, reducción de la

emigración, fortalecimiento del papel de las mujeres y los jóvenes en el ámbito público, etc.

En lo territorial, esta opción implica el aprovechamiento de los recursos pero con un nivel de carga sostenible, ya que no implica realizar grandes transformaciones territoriales y se pone en valor es el patrimonio singular de la zona (natural y cultural).

Sin embargo, el desarrollo de estas opciones presenta inconvenientes de todo tipo en áreas con un nivel de desarrollo tan bajo como el sur de Marruecos, desde la adecuación de infraestructuras hasta la mejora en formación. Todo ello precisa, en última instancia la necesidad de convencer a los agentes sociales e institucionales a todas las escalas para que pongan en marchas los programas adecuados de financiación y dinamización social. Pero también requiere de una acción pública que prime a toda costa el mantenimiento de la población y no el aumento demográfico y la utilización del territorio por capital exterior. En nuestro caso de estudio, el conflicto político subyacente que deriva del proceso de descolonización repercute en que los inconvenientes se multipliquen.

## **2- Objetivos e hipótesis**

Esta tesis tiene dos objetivos generales en relación con el desarrollo del turismo comunitario en el área de estudio. En primer lugar, el análisis de las posibilidades y dificultades que esta actividad puede tener en un horizonte temporal cercano como una opción de desarrollo integrador y sostenible en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental. En segundo lugar, presentar algunas características de un posible “modelo” alternativo de turismo de base comunitaria en la zona de estudio.

Estos dos grandes objetivos generales o principales de este estudio se materializan a través de la consecución de los objetivos temáticos específicos que a continuación se relacionan:

- Analizar los recursos que la zona tiene para el turismo, tanto desde el punto de vista territorial (patrimonio natural y cultural) como social.

- Valorar las principales dificultades para el desarrollo de este modelo turístico.
- Poner en valor esta fórmula turística a través del reconocimiento de las principales ventajas que reporta para la región.
- Enunciar elementos para el desarrollo del turismo comunitario  
Y dos objetivos instrumentales específicos:
- Conocer la posición de los agentes locales implicados en el turismo en relación con la posibilidad de desarrollo de prácticas comunitarias.
- Explicar prácticas concretas de turismo comunitario en la zona.

Como hipótesis de partida se plantea que el turismo comunitario es una buena oportunidad de desarrollo local en la zona de estudio. La zona tiene características territoriales y sociales adecuadas para que se implante con éxitos prácticas de turismo comunitario por lo que los problemas infraestructurales y políticos pueden ser obviados. Nuestra hipótesis es que la clave para el desarrollo de esta fórmula depende de la dinamización social.

### **3- Metodología y fuentes**

El planteamiento metodológico que ha guiado la investigación realizada ha seguido una estructura de análisis descriptivo en dos fases: i) revisión de literatura y ii) trabajo de campo. En esta última fase se ha llevado a cabo la observación directa del área de estudio y la realización de encuestas y de entrevistas en profundidad con informantes clave.

#### **3.1. Fuentes textuales y estadísticas**

El primer paso de esta investigación consistió, pues, en la revisión de literatura al respecto, tanto sobre el turismo comunitario y su relación con la población local, como la posible aplicación de esta herramienta al desarrollo de proyectos turísticos en la zona. De igual modo, la pesquisa bibliográfica también estaba dirigida a la

caracterización territorial, social y económica del área de estudio y al conocimiento de su realidad y perspectiva turística.

- Libros, capítulos de libros y monografías. Entre la bibliografía existente, se recopiló las escasas monografías existentes de las provincias de Sidi Ifni, Guelmim, Tan-Tan y Tarfaya.
- Tesis doctorales publicadas. Hemos consultado más de 30 tesis doctorales especializadas en turismo y turismo comunitario, de varias universidades; regionales como Las Palmas de Gran Canaria y La Laguna, y nacionales tales como las universidades Complutense y Autónoma de Madrid, Barcelona, Granada...y universidades internacionales de Marruecos, Francia, Ecuador, Perú, Colombia, Chile...
- Revistas especializadas. Hemos analizado revistas especializada en turismo en cuatro idiomas (español, francés, inglés y árabe). En Marruecos hemos consultado revistas científicas tales como la Revista Marroquí de la Administración Local y Desarrollo (REMALD) y La vida Turística. En España hemos utilizado revistas de gran relevancia en el ámbito turístico tales como la Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS), la Revista Turismo y Desarrollo Local Sostenible (TURYDES), Cuadernos de Turismo de la Universidad de Murcia o el Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles. Además, a nivel internacional analizamos artículos de revistas líderes en el turismo. En este sentido, podemos nombrar a Tourism Management, The Journal of Travel Research (JTR) y Annals of Tourism Research.
- Comunicaciones a congresos y conferencias de universidades y organismos públicos. Estas son fuentes bibliográficas de gran importancia en nuestra investigación.
- Documentación institucional. Los principales informes y planes consultados son: Informe del Consejo Regional de Turismo de la región Oued-Noun 2011-2020, Informe de Desarrollo Turístico e Informe de Circuitos Turísticos de la Agencia para la promoción y desarrollo económico y social de las provincias del sur (Agencia del Sur); Informe de Desarrollo Territorial Participativo de la Agencia de Desarrollo Social de región Oued-Noun; el Plan Regional de Ordenación Territorial de la región de Guelmim -

Es-smara (actualmente se llama región Guelmim-Oued Noun); Plan Director de Ordenación Urbana del Litoral de la Región Guelmim-Oued Noun de la Agencia urbana de Guelmim - Es-smara; las Pautas y Estrategia de Desarrollo Regional de región Guelmim-Oued Noun de la Inspección Regional de Urbanismo, Arquitectura y Ordenación Territorial; el Plan de Ordenación y de Gestión 2008-2013 de Parque Nacional Khenifiss de la Alta Comisaría de Aguas y Bosques y Lucha Contra la Desertificación; Planes de Desarrollo Rural de las comunas de Asrir, Tighmert, Mirleft y Akhfennir; Documentos e informes del programa Oasis sur y INDH; Documentación del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), etc.

- Otras publicaciones de gran interés como ediciones digitales, folletos de asociaciones y cooperativas de la zona; tales como la Red de Asociación de Khenifiss, la Asociación Qafila, la Cooperativa Femenina Tafyoucht...
- Recopilaciones estadísticas: Las administraciones públicas, algunas privadas y las organizaciones no gubernamentales, publican anualmente varias estadísticas valiosas y exhaustivas sobre turismo nacional e internacional. En este sentido, hemos usado las estadísticas del Consejo Regional de Turismo, de la Delegación Regional de Guelmim-Oued Noun y la base de datos disponible en la Dirección Regional de Alta Comisaria del Plan DRHCP de la ciudad de Guelmim. A ello se suma fuentes estadísticas oficiales.
- Internet: se accedieron a diversas páginas web de instituciones públicas de Marruecos tales como ministerios, universidades, ayuntamientos, agencias y centros públicos...y páginas de organizaciones internacionales tales como la Organización Mundial del Turismo, la Organización Mundial del Trabajo, Naciones Unidas, World Wildlife Fund, OXFAM, UNESCO, etc. Se usó también información en red de asociaciones y agencias especializadas, aunque en este caso las páginas encontradas fueron pocas.

En general, las principales dificultades en relación con las fuentes textuales y estadísticas han sido:

- La falta de referencias bibliográficas. Son escasas las publicaciones que se centran en el desarrollo turístico de la zona, más allá de informes y documentos institucionales.

- Escasos estudios del turismo sobre la zona de estudio
- Pocas investigaciones académicas de postgrado, en este sentido no encontramos ninguna tesis doctoral sobre el turismo en la zona y sólo hemos encontrado dos tesis de Master sobre la zona de universidades marroquíes.
- Obstáculos lingüísticos, en la traducción de documentos de árabe, francés e inglés al español.

### 3.2. Encuesta

En una segunda etapa, se llevó a cabo un trabajo de campo en el que se realizaron encuestas y entrevistas en profundidad, lo que supuso un contacto con los principales actores que en dichas áreas están implicados en la actividad turística.

Las encuestas, permiten recoger datos de un amplio volumen de sujetos o de una muestra para que sea representativa de la población sobre la que se pretende hacer extensivas las conclusiones obtenidas en la muestra. En nuestro caso era imposible plantearnos una encuesta con valor probabilístico, dado que era complicado conocer la magnitud de la población de referencia y en cualquier caso, supondría un desembolso económico que iba más allá de nuestras posibilidades.

Desde nuestra experiencia, la ventaja de una encuesta es que sirve como herramienta estándar para obtener una visión general sobre actitudes, percepciones y comportamientos de una colectividad. Del mismo modo, la gente se siente más cómoda con una encuesta, que con una entrevista o una observación. El no tener una presión encima, hace que los entrevistados sean más objetivos, permitiendo, así, una mayor fiabilidad en los datos encontrados.

El diseño de las encuestas se ha hecho siguiendo una estructura racional en términos de objetivos de las encuestas y sujetos a analizar. En primer lugar, se definieron grupos poblacionales objetivo y lo que cada uno nos podría reportar tras un proceso de encuesta. Al final se definieron tres grupos: especialistas marroquíes y españoles en el ámbito del turismo; empresarios y profesionales turístico que desempeñan su actividad en la zona y, por último, representantes de instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales que operan en la zona de estudio.

Para cada uno se especificaron objetivos concretos y se establecieron muestras posibles en función del marco económico y temporal en el que se iba a desarrollar el trabajo y de las peculiaridades geográficas propias de la zona de estudio.

Para cada grupo se escogió un método para la recogida de la información. En general, el proceso de encuestado se realizó de dos maneras: una más clásica, en la que el encuestador rellenó la encuesta en papel en presencia del entrevistado o tras disponer de ella durante varios días, algo que se ajusta a la mentalidad de la población de la zona y que requería de múltiples explicaciones anticipatorias con el fin de que se rellenara de modo adecuado. Esto ocurrió sobre todo en el caso de los funcionarios de la administración pública, porque no disponían de tiempo en su horario de trabajo.

El segundo se llevó a cabo a través de la plataforma Google Drive, por lo que el encuestador no podía realizar ninguna aclaración y se adaptaban a la disponibilidad horaria del encuestado.

La selección de los encuestados dependió del colectivo al que iba dirigida. En el caso de académicos, investigadores y especialistas, se partió de la elaboración de listas previas en la que se consideraba tanto a informadores cualificados de Marruecos como de España. A través de las redes sociales, la búsqueda de referencias en internet y mediante un muestro en bola de nieve se configuró la muestra definitiva. El link de la encuesta fue enviado a través de correo electrónico en varias ocasiones. El nivel de respuesta estuvo en torno al 50%.

En el caso de los emprendedores hemos seleccionado los encuestados de dos maneras. La primera manera se basó en el uso de los datos que al respecto nos facilitaron diversos organismos públicos como los departamentos de la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano INDH en las prefecturas de Sidi Ifni, Guelmim; Tan-Tan y Tarfaya y los centros de Inversiones de Guelmim y Aaiún. Además se usaron los anexos de La Agencia del Sur en Guelmim, Tan-Tan y Aaiún. Luego se solicitaba cita con los encuestados a través de llamada telefónica y por último, nos trasladábamos al lugar de residencia y trabajo del mismo, lo que nos obligó a realizar varios viajes dentro de la zona de estudio por este motivo.

La segunda manera consistió en seleccionar los correos electrónicos de los negocios a través de la web y enviar a estas direcciones el link de la encuesta. Este

procedimiento resultó infructuoso ya que sólo recibimos dos formularios rellenos. La mayoría de las encuestas las rellenamos cara a cara con los encuestados.

Para la muestra del tejido social hemos seleccionados más de 37 asociaciones y cooperativas locales a través de una búsqueda exhaustiva mediante internet y redes sociales. En el caso de las autoridades, se confeccionó una lista de todos los organismos públicos vinculados al turismo y a los microproyectos turísticos de la zona. En este sentido, elegimos 25 organismos públicos a nivel local y regional tales como la Delegación Regional de Turismo en Guelmim y Aaiún, el Consejo Regional de Turismo de Guelmim, la Agencia del Sur en Guelmim, Tan-Tan y Aaiún, la Agencia de Desarrollo Social en Guelmim, los Centros Regionales de Inversión en Guelmim, Tan-Tan y Aaiún, etc. Para esta muestra, todas las encuestas fueron realizadas de una manera clásica manual es decir; trasladándonos a lugar donde estaba el encuestado (sede de asociación o sede de la administración pública) y rellenando la encuesta directamente, cara a cara con el encuestado.

Se usaron los siguientes links:

Encuesta especialistas académicos:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe15MezVAHrRFBAQ4uv4-93\\_bC\\_cI-sDiEQBoynnaeFG2n1SA/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe15MezVAHrRFBAQ4uv4-93_bC_cI-sDiEQBoynnaeFG2n1SA/viewform?usp=send_form)

Encuesta de empresarios y emprendedores:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd9nGOwHAnF2TVOgKBmHZi-rbIu5pFzoXhHU6TmhQieZk3xA/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd9nGOwHAnF2TVOgKBmHZi-rbIu5pFzoXhHU6TmhQieZk3xA/viewform?usp=send_form)

Encuesta de las autoridades y ONG de la zona:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSecxAmdc47wCt2GQpO2xtaAZY7dBjUHPS9GwgCSEyeMzULNcw/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSecxAmdc47wCt2GQpO2xtaAZY7dBjUHPS9GwgCSEyeMzULNcw/viewform?usp=send_form)

En general los cuestionarios se componen básicamente de preguntas cerradas que pueden ser contestadas a partir de opciones múltiples. Además, hay algunas preguntas que pretenden obtener valoraciones. En este caso, para que fueran fácilmente tratables estadísticamente, se usó una “Escala de Likert” de cinco niveles, desde el 1 (totalmente desacuerdo/no importante) al 5 (totalmente de acuerdo/importante). Con

esta técnica se pide que los entrevistados indiquen su acuerdo o desacuerdo con una proposición o la importancia que le dan a este factor, usando un conjunto estándar de respuestas. Por último, hay también algunas preguntas abiertas con el fin de obtener datos cualitativos.

Los cuestionarios se tradujeron desde la versión original, en español, a francés y árabe. Nos preocupó especialmente en la traducción los errores que pudieran surgir a partir de la interpretación lingüística de los conceptos, por lo que se realizaron diversas revisiones en este sentido.

Los cuestionarios elaborados son diferentes en función del grupo al que van dirigidos. En este sentido la encuesta a los especialistas en turismo está formada por un total de 23 preguntas, que se podía responder en un periodo estimado de 15 minutos. Nueve de ellas permitían respuestas abiertas y el resto eran cuestiones de opciones múltiples. La encuesta se dividió en cinco secciones. Nos interesaba la valoración que hacen los especialistas sobre los recursos, posibilidades y dificultades del turismo en la zona de estudio, y en particular, del turismo comunitario. También era de gran interés para nosotros sondear que beneficios podría reportar a la zona el desarrollo de la colaboración entre Canarias y la zona de estudio, y más concretamente, la colaboración universitaria. Los cinco bloques son los que siguen:

- 1- Datos personales
- 2- Recursos y potencialidad de la zona
- 3- Turismo comunitario eco-cultural en la zona
- 4- Colaboración Canarias-Marruecos
- 5- Colaboración Universitaria

Los cuestionarios se elaboraron en francés y español. Recibimos 33 de las 110 encuestas enviadas, diez de ellas fueron rellenas en papel. En general intentamos preocuparnos al máximo número de universitarios y expertos de la zona. Recibimos encuestas de las universidades de Las Palmas de Gran Canaria, La Laguna, Ibn Zohr de Agadir, Caddi Ayyad de Marrakech y Navarra.

La encuesta a los empresarios se compone de cuatro bloques en los que se distribuyen 29 preguntas, de las que sólo cuatro tienen estructura abierta.

- 1- Datos personales
- 2- Demanda turística en la zona
- 3- La situación de negocio
- 4- El turismo Eco-cultural en la zona

Lo que intentamos lograr fue analizar la situación de los microproyectos en las provincias de estudio, sobre todo en el ámbito rural y en lugares concretos. Por ejemplo en la provincia de Sidi Ifni hicimos encuestas en 3 sitios; el centro de Sidi Ifni, la comuna rural de Mesti y la comuna rural de Mirleft. En la provincia de Guelmim recogimos encuestas en el centro de Guelmim y la comuna rural de Asrir, Tighmert y Abaynou. En el caso de la provincia de Tan-Tan recogimos encuestas en el centro de Tan-Tan y la comuna del Ouatia. En Tarfaya hemos recogido encuestas en el centro de Tarfaya y la comuna de Akhfennir. Finalmente. Hemos recogido 22 encuestas del total de 60 que sondeamos. Dos encuestas fueron recibidas *on line*.

Este cuestionario se elaboró en español y en árabe, pero se usó sólo este último. Encontramos dificultades para que nos respondieran ya que la mayoría de los emprendedores manifestaban su miedo a que la investigación pudiera ser usada por la administración pública, especialmente por Hacienda o Seguridad Social. Eran especialmente cautos con aquellas preguntas que pretendía valorar el nivel de ayuda pública recibido.

La encuesta a las autoridades y ONG de la zona se compone de 18 preguntas, todas cerradas, distribuidas en cuatro bloques. Se elaboró en español y se tradujo al francés. El objetivo de la encuesta era que valorasen las posibilidades que tiene la zona para que se desarrollen proyectos de turismo comunitario. La estructura de la encuesta es la que sigue:

- 1- Datos personales
- 2- El turismo comunitario eco-cultural en las provincias de Guelmim, Tarfaya, Sidi Ifni y Tan-tan
- 3- Los obstáculos y las perspectivas del turismo comunitario Eco-cultural en la zona de estudio
- 4- El enfoque participativo

Se realizaron un total de 23 encuestas entre las autoridades y agentes de la sociedad civil organizada, 10 de ellas entre estos último.

Las encuestas realizadas a través de la aplicación Google Drive fueron 78 encuestas de un total de 230 enviadas (el 40% de la muestra preseleccionada). Fueron realizadas durante siete meses, desde el día 18/12/2014 hasta el 08/06/2015. Las realizadas de modo presencial se llevaron a cabo en las distintas visitas que se llevaron a cabo a la zona de estudio. En concreto, se ejecutaron en tres periodos a lo largo de 2 años; el primer periodo fue en febrero 2015 (26 días), el segundo fue en mayo de 2015 (20 días), y el tercero fue entre enero y febrero de 2016 (un mes). Las encuestas se han realizado en distintos días y horas y en distintas lugares (seis comunas urbanas (Sidi Ifni, Guelmim, Tan-Tan, Tarfaya, Aaiún y Agadir) y ocho comunas rurales (Mirleft, Mesti, Abaynou, Asrir, Tighmert, Ouatia, Ouin Madkour y Akhfenir) para asegurar que se recogiese la diversidad propia del grupo muestral. El horario seleccionado corresponde con el horario de las instituciones y, a veces, con el horario adecuado de los encuestados.

### 3.3. Trabajo de campo

En tabla 1 se sintetiza el trabajo realizado.

Tabla 1. Fases de trabajo de campo

<b>Fase</b>	<b>Periodo</b>	<b>Provincias y sitios visitados</b>	<b>Propósito</b>	<b>Actividades</b>
<b>I fase</b>	25/01/2015 hasta 21/02/2015	Parque Nacional Khenifiss, Tarfaya, Tan-Tan, Ouatia, Guelmim, Oasis Tighmert, Sidi Ifni, Mirleft y Mesti.	Visita de investigación Preliminar para obtener la aceptación de la comunidad a estudiar y para recopilar información de fondo.	- Establecimiento de contactos - Visita preliminar - Visita de varios administraciones públicos - Encuestas con la muestra seleccionada - Entrevistas con los

			<b>Observación:</b> Esta fase fue financiada por CUCID.	<p>interesados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas profundas con los beneficiarios de los programas INDH y POS</li> <li>- Observación de los proyectos y experiencias</li> </ul>
<b>II fase</b>	10/05/2015 hasta 30/05/2015	Parque nacional Khenifiss, Oasis Ouin Madkour y Oasis Tighmert	Recolección de los datos principales con la muestra seleccionada de la Comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas en profundidad con los beneficiarios de programas de POS</li> <li>- rellenar encuestas</li> <li>- Realización de una prueba piloto de vivir la experiencia como cliente en casa de huéspedes en Oasis Tighmert.</li> </ul>
<b>III fase</b>	10/01/2016 hasta 10/02/2016	El Aaiún, Tarfaya, Akhfennir, Tan-Tan, Guelmim, Tighmert, Abaynou, Agadir y Rabat.	Discusiones con profesores de turismo en la universidad de Ibn Zohr Agadir,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rellenar encuestas</li> <li>- Realizar entrevistas</li> <li>- Presencia en el encuentro del Día de Marruecos de un turismo sostenible y responsable en Rabat.</li> <li>- Aprovechar los contactos de responsables del turismo en el encuentro.</li> </ul>
<b>IV fase</b>	01/03/2016 Hasta 05/02/2017	-	Tratamiento y análisis de la información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tratamiento de la información del trabajo de campo (encuestas, entrevistas...)</li> <li>- Análisis de documentos (informes estratégicos, planes...)</li> <li>- Herramientas estadísticas (SPSS y Excel ( XLSTAT))</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.4. Entrevistas en profundidad

Se trata de entrevistas en profundidad semiestructuradas realizadas a especialistas en el turismo en la zona, expertos en el desarrollo de proyectos turísticos y funcionarios en la administración pública y activistas de ONG de la zona. Se optó por este modelo porque permitía ajustar la secuencia y el énfasis de las preguntas según el caso y el momento en la investigación, y dar espacio a cuestiones importantes propuestas por los entrevistados que no estaban previstas. El resultado de estas entrevistas permitió terminar de perfilar la estructura que deberían de tener los proyectos comunitarios en el sector turístico, los criterios que deben cumplirse para garantizar la balanza entre lo económico, lo social y lo ambiental en cualquier actividad turística.

En concreto se realizaron sesenta entrevistas. La selección de entrevistados y la formulación de preguntas se basó en una labor previa de observación que permitió identificar personas clave en diferentes niveles dentro de organismos públicos, universidades y asociaciones. Se procedió a una selección de entrevistados y al desarrollo de estrategias con el fin de abordarlos de un modo adecuado según nivel jerárquico y filiación institucional.

Para cada entrevista se preparó una guía general. Los temas que se abordaron tuvieron que ver con la experiencia de los entrevistados: con sus problemas prácticos y su quehacer, con su relación con los demás actores a diferentes niveles, con su percepción de instrumentos formales como planes y estrategias y con el papel de diferentes formas de conocimiento en sus acciones. Las entrevistas fueron en varios periodos y a través de varios métodos. En esta investigación hemos utilizado 38 entrevistas directas cara a cara; 12 entrevistas telefónicas, ocho entrevistas por correo y dos entrevista por Skype. En las entrevistas presenciales se tuvo que contactar con el entrevistado a través del correo o del teléfono para adaptarnos a la disponibilidad temporal y espacial del mismo.

Muchas fueron las dificultades que nos encontramos. La mentalidad un tanto desconfiada de los entrevistados, es especial si se trata de una investigación proveniente de una universidad extranjera y los problemas de seguridad en la zona por el conflicto

saharai, fueron los más importantes. En algunas ocasiones se vivieron situaciones incómodas, sobre todo con algunos cargos institucionales, pero, en general los entrevistados, sobre todo aquellos relacionados con el tejido asociativo de la zona, el emprendimiento de jóvenes y las instituciones académicas, mostraron un nivel de colaboración elevado.

### 3.5. Análisis estadístico de los datos

El análisis de datos se realizó a través de dos herramientas estadísticas: (1) Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), el cual es un software de gestión de datos y análisis de estadística muy eficaz para estos casos. Este programa nos proporcionó la posibilidad de realizar gráficos (histogramas), tablas, análisis estadístico descriptivo, comparación de muestras y análisis estadísticos algo complejos como relaciones bivariadas. (2) EXCEL y XLSTAT. Este programa nos permitió avanzar en la comparación de muestras, ya que contábamos dos bloques comunes en las tres encuestas y establecer relaciones bivariadas y cálculos descriptivos simples.

Tenemos que advertir que la mayor parte de los datos generados están basados en categorías nominales, lo que conllevó su cuantificación, en ocasiones a través de relaciones de orden y en otras en adoptando escalas cuantitativas de razón.

## 4- Delimitación del ámbito geográfico de estudio

La zona de estudio está comprendida por las provincias de Sidi Infi, Guelmim, Tan-Tan y Tarfaya en las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra, al sur de Marruecos.

La zona limita al Norte con la región Suoss-Massa, al Sur con el resto de región del Aaiún- Saguia El Hamra, con el Océano Atlántico al Oeste y al Este la región del Drâa-Tafilalet y Argelia. En su conjunto presenta una línea de costa sobre el Océano Atlántico de casi 380 km entre Sidi Ifni, al norte y Tarfaya, al sur. Presentan un área total de 64.230 km<sup>2</sup> y contaba con 402.715 habitantes en 2014, distribuidos en siete comunas urbanas y cuarenta y dos comunas rurales.

Tarfaya y Tan-Tan (Cabo Joby, 1916-1958) junto con Sidi Ifni (1934-1969) fueron territorios del antiguo protectorado español del sur de Marruecos. La provincia de Guelmim fue un territorio del protectorado francés.

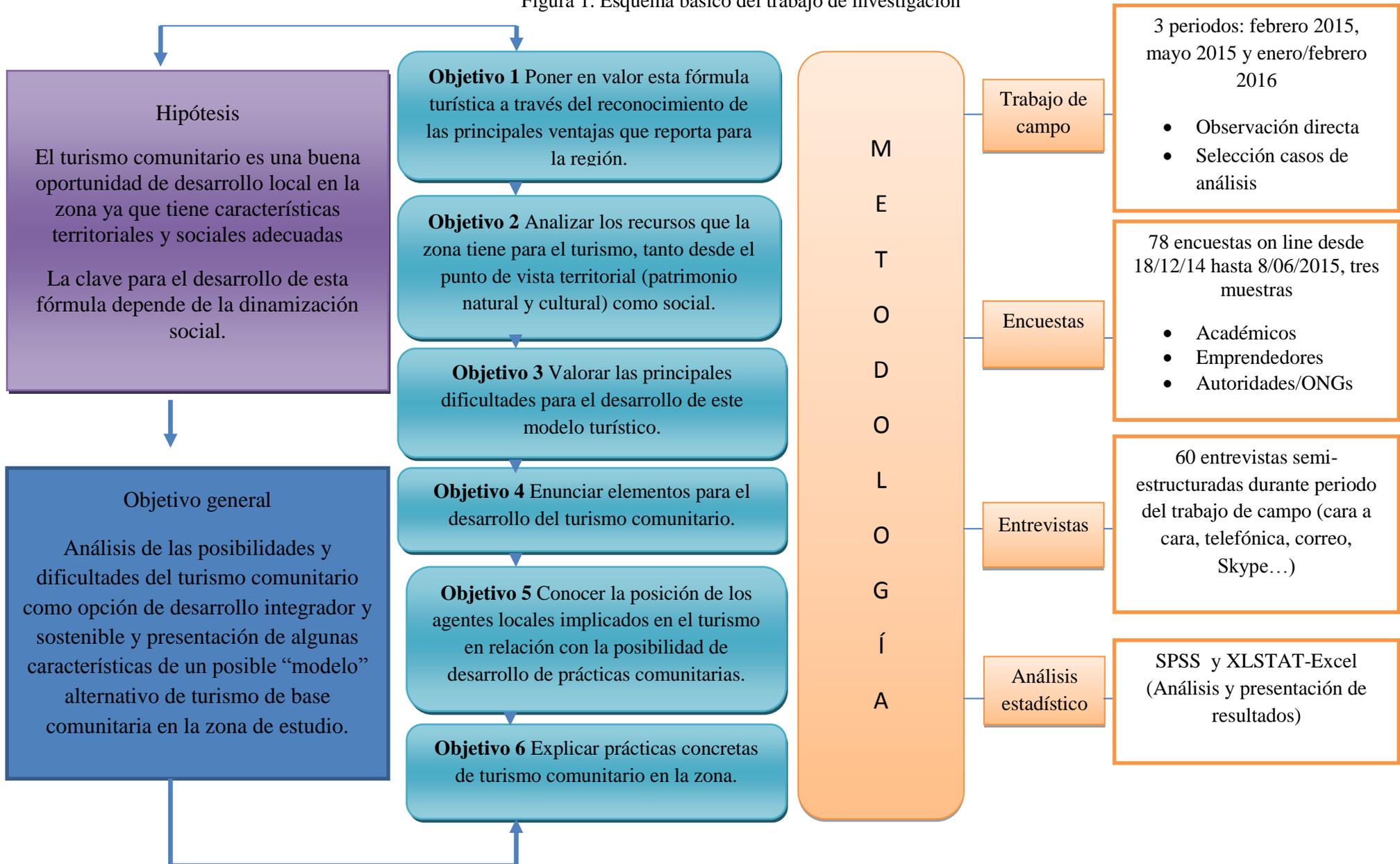
Su territorio se puede dividir en tres áreas geográficas: una zona de montañas que forman parte del Anti Atlas en el Norte y Nordeste, una zona semidesértica en el centro que se compone de llanuras atravesadas por ríos de agua y una zona desértica al sur.

El clima predominante es árido, seco y caluroso en verano y frío en invierno, pero está sujeta a las influencias oceánicas y continentales. La precipitación media anual varía entre 50 y 120 ml. Con este contexto geográfico la población tradicionalmente se ha ocupado en tareas agro-pastoriles, pero en la actualidad la población urbana es la predominante. Se trata de un territorio con un escaso desarrollo económico, alto nivel de desempleo y bajo nivel infraestructural, pero también un espacio de gran identidad cultural (hasaní) y que no registra tensiones político-territoriales significativas. El área tiene indudables recursos territoriales para el desarrollo de la actividad turística.

## **5- Estructura de la tesis**

El esquema del trabajo que se ha relatado en este capítulo y que se sintetiza en el siguiente árbol conceptual, nos ha llevado a definir la siguiente estructura en la presentación de resultados.

Figura 1. Esquema básico del trabajo de investigación



El texto de este trabajo de investigación se ha estructurado finalmente en ocho capítulos. En el primero de ellos, este capítulo introductorio, hemos pretendido presentar el planteamiento de esta tesis, argumentar su interés y oportunidad actual y establecer las hipótesis de trabajo y los objetivos generales y específicos perseguidos. Igualmente hemos aclarado en este capítulo la metodología empleada en las distintas fases del proyecto.

En el capítulo segundo presentamos el marco teórico de referencia, realizando una revisión conceptual y terminológica del “turismo comunitario” como modalidad de turismo.

El tercer capítulo realizamos una presentación general sobre la zona de estudio, su estructura demográfica y económica y el nivel de implantación de la actividad turística en la actualidad, haciendo especial referencia a los recursos territoriales y turísticos.

En el siguiente capítulo analizamos la política turística marroquí llevada a cabo en las últimas décadas y el papel que ésta reserva al área de estudio, con el fin de presentar el modelo turístico que se quiere llevar a cabo.

En el capítulo cinco nos centramos en el análisis de las potencialidades turísticas del área de estudio, establecidas a raíz de la opinión de especialistas, autoridades, representantes de la sociedad civil organizada y emprendedores.

Los capítulos seis, siete y ocho los dedicaremos al estudio de experiencias concretas de turismo comunitario o, al menos, de emprendimientos desde la sociedad civil vinculadas al turismo rural, ecoturismo y turismo cultural. Acabamos la tesis con un capítulo final en el que presentamos conclusiones generales.

## CAPÍTULO II. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL TURISMO COMUNITARIO

---

## 1- Introducción: un término con diferentes significados

Numerosos son los académicos e investigadores que han definido el concepto de “turismo comunitario” (*community based tourism* o CBT en inglés). La mayoría de ellos han consensuado que es aquel tipo de turismo que basa su oferta en el contacto del turista con la comunidad local, que esta de algún modo organiza la actividad y que pretende mejorar la situación socioeconómica de la población y conservar los recursos naturales de su territorio. La Estrategia Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala (INGUAT, 2011) lo ha expresado de manera sintética: “Es una actividad económica así como formativa, facilitada y gestionada por las comunidades organizadas como mecanismo para el mejoramiento de sus condiciones y calidad de vida. Trae consigo consecuencias individuales y colectivas, en correspondencia con las directrices del turismo sostenible siendo (...) socialmente solidario, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedor y económicamente viable”.

Se trata de una opción turística de gran impacto socioeconómico en los países en desarrollo como así lo ha destacado la Organización Mundial del Turismo que lo considera uno de los mecanismos que hace viable un más amplio reparto de los beneficios del turismo en la sociedad, y por tanto, un instrumento para erradicar la pobreza en el mundo.

A pesar de su potencialidad, el turismo comunitario no es un tema que encierre un dominio conceptual claro, sobre todo a nivel analítico. El principal problema para clarificar esta forma de gestión turística viene de la propia nomenclatura a utilizar y del reconocimiento de ésta en la literatura especializada. No existe una referencia uniforme a esta modalidad turística. Encontramos un conjunto de términos asociados, tales como ecoturismo, turismo étnico, turismo indígena, turismo solidario... tras los que se esconden discursos muy distintos y que muchas veces se usan como sinónimos de turismo comunitario.

En este punto conviene tener presente que el elemento definitorio del turismo comunitario no es sólo su objeto, sino la forma de organizar la actividad turística. Es presumible que venga de aquí gran parte de la confusión terminológica ya que se están confundiendo productos turísticos con formas de organización de la actividad turística (Ruiz et al., 2008: 6, 7)

Por todo ello, la clave conceptual para comprender el turismo comunitario se basa en el propio concepto de “comunidad” y en el modo en que participa la comunidad. No significa esto que la dimensión de mercado no sea un aspecto a tener en cuenta, sino que, en el caso del turismo comunitario, la atención lógica al mercado – como contexto en el que tiene lugar la actividad en sí – debe complementarse a igual nivel con una rigurosa atención hacia la comunidad y sus formas organizativas.

Fernández Aldecua (2011) señalan que el turismo de base comunitaria es un modelo teórico complejo que implica procesos comunitarios igualmente complejos, tales como la participación y el empoderamiento comunitario, la colaboración con actores sociales externos y la expansión y diversificación del capital social comunitario. Además, estos procesos dependen del contexto social, político y cultural de cada grupo. No encontramos, por tanto, un único concepto de turismo comunitario porque, en última instancia, este se adapta a las características de la comunidad en un territorio determinado.

## **2- Hacia un concepto integrador**

Una definición integradora debe considerar al menos cuatro aspectos: la manera en que participa y se beneficia la comunidad, el tipo de turista y de producto, el carácter complementario de la actividad y el uso de recursos territoriales y la incidencia que tiene en la preservación de estos.

El primer elemento para definir el turismo comunitario es la existencia de una comunidad en un espacio geográfico determinado. En este sentido podemos considerar la comunidad, en una acepción extensiva, como el grupo social en el que se integran sus ciudadanos, u otra restrictiva, como un conjunto de personas con reglas autoimpuestas e intereses comunes. Esta acepción es la que está presente en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua que entiende por comunidad como el conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes.

La complejidad del concepto comunidad no acaba en estas dos acepciones. Como aporta Sánchez Vidal (2007), hay múltiples y complementarios conceptos al respecto. Este autor, al recoger diferentes definiciones propuestas por diversos autores

en torno al concepto sociológico y geográfico de comunidad, pone de manifiesto lo complejo que resulta llegar a una definición inequívoca.

En el plano sociológico, Klein (1966) manifestaba que la comunidad es el conjunto de interacciones pautadas entre individuos que tratan de conseguir seguridad, integridad física y apoyo al mismo tiempo que individualidad. En este sentido, González (1988) explicaba que la comunidad es fundamentalmente un modo de relación social, un modelo de acción intersubjetivo construido sobre el afecto, los fines y valores comunes, la lealtad y la reciprocidad. La comunidad es una construcción teórica de alguna manera extraña a la propia realidad que acostumbra ser algo más sentido que sabido, más emocional que racional.

Desde una perspectiva geográfica, Sanders (1966) argumentaba sin embargo que la comunidad es un “sistema organizado territorialmente con un patrón de asentamiento en que existe una red efectiva de comunicación y la gente desarrolla una identificación psicológica con el (...) lugar...”. Y Bernard (1973) definía la comunidad como una “localidad geográfica singular” en el que la población mantiene lazos emocionales, compromiso moral, cohesión social y el deseo de continuidad temporal.

En cualquier caso e indistintamente de lo que consideremos como comunidad, para empezar explicar el concepto de turismo comunitario es necesario conferirle a esta el papel de agente turístico. Según la definición de Häusler (2005), el turismo comunitario implica la existencia de un número significativo de personas que viven en un territorio y que controlan de manera sustancial el desarrollo y la gestión de la actividad turística, de tal modo que la mayoría de los beneficios se distribuyen entre la población local, incluyendo los individuos involucrados de una manera indirecta.

En el mismo sentido se expresan más recientemente Jurado, Domingo y Pastor (2012), cuando consideran que es una modalidad turística basada en la comunidad local que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza y que permite generar riqueza en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo, a través de la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios repercutan en la propia comunidad.

La participación comunitaria puede ejercerse en tres niveles: en primer lugar, facilitando la información, la opinión, la decisión y la actuación personal de todos los

miembros de la comunidad; en segundo lugar, consensuado la toma de decisiones y, por último, corresponsabilizando en la gestión y ejecución de las mismas. En cualquiera de los tres casos, estamos hablando de un enfoque *bottom-up* o "de abajo hacia arriba" que reemplaza el enfoque *top-down* o "de arriba hacia abajo" propio de cuando las decisiones no se toman en el seno de una comunidad concreta.

En este sentido, podemos señalar que el concepto turismo comunitario, se puede sustentar en tres niveles diferenciados en relación con la participación de la población local. El primer nivel viene dado porque los miembros de una comunidad se involucren en actividades turísticas que incorporan a su actividad principal porque reconocen las posibilidades existentes. Este nivel de participación se relación con el primer nivel enunciado anteriormente.

El segundo nivel se caracteriza porque la población local desarrolla un alto control de las actividades, a diferencia de aquellos otros productos turísticos que son controlados principalmente por empresas ajenas o por los agentes públicos. La población local es capaz de planificar y llevar a cabo lo planificado.

Y por último, el tercer nivel es el del empoderamiento comunitario (Palomo, 2006), en otros términos, el desarrollo de fórmulas organizativas de economía social comunitaria para llevar un modelo económico frecuentemente apoyado en propiedad comunitaria. El turismo comunitario se basa en la planificación y gestión participativa de la comunidad local, motivo por el que la creación de cooperativas, empresas comunitarias y asociaciones es un elemento fundamental para que la comunidad use sus propios recursos turísticos, con el fin de lograr equidad social (Agüera, 2013)

Esta última conceptualización es la que encontramos en algunos autores como Maldonado (2005) que hacen hincapié en el uso del patrimonio comunitario y en el desarrollo de prácticas de autogestión democráticas de la comunidad local o la Organización Mundial del Trabajo cuando dice que es "toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios" (Maldonado, 2005)

No faltan definiciones más inclusivas, en el sentido del segundo nivel que antes mencionábamos. Scheyvens (1999) sugiere que el término turismo comunitario se use desde el momento en que los miembros de la población local tengan un alto control de las actividades y los beneficios, a diferencia de aquellos otros que son controlados principalmente por tour-operadores externos o por el Gobierno (Trejos, 2009). Algo similar se aprecia en algunas de las estrategias nacionales de países donde la fórmula ha tenido más desarrollo. Es el caso de la Estrategia Nacional de Turismo Rural Comunitario de Perú que lo define como “toda actividad que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto” (MINCETUR, 2008). De igual modo se expresa el Fondo Mundial para la Naturaleza cuando lo define como “un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial sobre las actividades turísticas que se generan participando en su desarrollo y manejo” (WWF, 2001; Denman, 2001)

En cualquier caso, el desarrollo del turismo comunitario permite, al mismo tiempo, que la actividad turística se convierta en una estrategia para la organización social de la propia comunidad (Guzmán, Borges y Canalejo, 2011).

Un segundo elemento clave que hay que considerar en la definición de este turismo es el producto turístico y el tipo de turista. Estamos en el ámbito de lo que se ha venido a llamar turistas posmodernos (Urry, 1990; Walsh, 1992), no tanto en el marco conceptual del desarrollo del hiperrealismo o confusión entre lo real y lo irreal (Baudrillard, 1988) sino más bien en el de los turistas que intentan vivir experiencias aparentemente reales o percibidas como reales en contacto con las comunidades receptoras (Curiel, 2007). El turismo comunitario orbita en torno al turismo experiencial y a los modelos de consumo lento (turismo *slow*)

El turismo comunitario es una alternativa a los viajes tradicionales ya que favorece el crecimiento intercultural entre la población receptora y los turistas (Guzmán y Cañizares, 2009). La definición que realiza la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador enfatiza este aspecto cuando dice que el turismo comunitario se sustenta en “la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural” (FEPTCE, 2007). Por tanto, es fundamental para el desarrollo de

productos basados en turismo comunitario el vertebrar la relación entre la comunidad local y los visitantes (Naranjo, 2012).

Un tercer elemento que puede ser considerado en la definición del turismo comunitario es su consideración como actividad alternativa o complementaria. La idea más extendida es que el turismo comunitario no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca o artesanía), sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar así las economías de base familiar campesina (Cañada, 2010; López-Guzmán y Cañizares, 2009; Salas, 2012).

No obstante también caben visiones que lo muestran como un modelo de desarrollo alternativo. El desarrollo de una economía social comunitaria requiere de un fortalecimiento de los derechos y las responsabilidades legales de las comunidades sobre la tierra y los recursos. Las comunidades incluso deberían decidir el uso del suelo y no sólo de las tierras comunitarias.

En cuarto lugar, la definición de turismo comunitario implica una específica relación con los recursos territoriales sobre los que se sustenta. Esta modalidad turística utiliza los elementos naturales, culturales (tanto tangibles como intangibles) y el propio modo de vida de una comunidad como recurso territorial. Así lo ha destacado la Red de Agencias de Desarrollo Local de Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de ese país (2012) cuando dice que promover el turismo comunitario como una dinámica económica y social supone rescatar los atractivos locales y la identidad territorial, en beneficio de las comunidades menos favorecidas

La mayor parte de los estudios consideran que este hecho conlleva importantes beneficios ya que implica revalorización y, por tanto, garantiza la conservación. El patrimonio cultural intangible y el estilo de vida local se revalorizan y se transmiten ya que forma parte del producto turístico. Hiwaski (2006:677) destaca que favorece la conservación de los recursos naturales, patrimoniales y culturales ya que las comunidades se dan cuenta del beneficio que les reporta a través de la actividad turística. De igual modo se expresan otros autores que dicen que el turismo comunitario debe perseguir la búsqueda de la sostenibilidad integral, tanto social como natural (Ruiz et al. 2008). Es una forma de turismo responsable con el medioambiente y con la comunidad de acogida (Ortega y Vicente, 2013) o en otras palabras, esta forma de

turismo se presenta como una “oportunidad puente entre la rentabilidad económica, la conservación del medio ambiente y el respeto sociocultural” (Blasco, 2012:131). Otros autores destacan la oportunidad que el turismo comunitario supone para desarrollar una nueva mirada territorial en la que los recursos pueden ser mejor manejados de forma colectiva a través de la gestión comunitaria y, por tanto, con mayor "control social" sobre su uso.

No obstante, hay que considerar también que el fomento de la actividad puede incidir en el cambio de los estilos de vida o generar el abandono de las tradicionales actividades económicas como resultado de la presión que ejerce todo tipo de turismo sobre el entorno natural (Manyara y Jones, 2007).

### **3- Origen y evolución del turismo comunitario**

La idea del desarrollo de base comunitaria empieza a tomar sentido en el contexto de las teorías políticas de los años setenta y ochenta que defendían la necesidad de implantar modelos de gestión de ámbito local como reacción contra la burocratización y la centralización política y socioeconómica de los Estados en desarrollo.

La frecuente falta de procesos democráticos en muchos casos y, en otros, la falta de capacidad y autoestima de la población, dado el bajo nivel formativo, provocaba que, en los países menos desarrollados, la participación de la población en los procesos de planificación y toma de decisiones fuera muy baja y, en el caso de la planificación turística, prácticamente marginal (Dola y Mijan, 2006), estableciéndose en estos casos procesos de planificación desde arriba hacia abajo (Teye et al, 2002).

Consecuentemente, la connotación conceptual “de base comunitaria” aparece comúnmente en el léxico del desarrollo, primero para resaltar la escala local del mismo, y luego para hacer referencia a un proceso de construcción del desarrollo con un flujo de “abajo hacia arriba” resaltando el protagonismo y la participación social en las decisiones y beneficios de tal desarrollo.

En este contexto, desde los ochenta, se fraguó el constructo “turismo de base comunitaria” (CBT). El concepto de turismo comunitario aparece por primera vez en el estudio Peter Murphy “*Tourism Management in Host Communities*” en el año 1980

cuando indica que este turismo es una industria que utiliza la comunidad como un recurso, que lo vende como un producto y que genera efectos en la vida de cada individuo. En su posterior obra de 1985 denominada “*Tourism: a Community Approach*”, destaca las relaciones basadas en la comunidad local entre la actividad turística y la gestión basada en países en vías de desarrollo, asunto posteriormente desarrolladas por el mismo autor en su libro titulado “*Strategic Management For Tourism Communities*” de 2004. Desde la publicación del libro de Murphy en 1985 el concepto de involucramiento comunitario se ha colocado en el centro del debate sobre el término (Taylor, 1995).

Otro de los primeros investigadores en introducir el término de CBT fue Dernoï (1988) en su estudio “*Alternative or community-based tourism*”, quien equipara el turismo de base comunitaria con el término turismo alternativo y lo define como un conjunto de servicios ofrecidos a los visitantes por parte de individuos, familias o una comunidad local con el objetivo de que se establezca una intercomunicación cultural directa y mutuo entendimiento personal entre anfitriones e invitados (Dernoï, 1988:89).

Por tanto desde muy pronto caben dos connotaciones, una centrada en el modo en que se organiza el producto, que destaca la comunidad como elemento clave; y la otra, en la experiencia turística, que atiende sobre todo a la interrelación intercultural entre la comunidad anfitriona y el turista.

En los noventa siguieron proliferando los análisis sobre esta modalidad turística pero la mayor parte de los estudios académicos exploraron el fenómeno del turismo comunitario sólo desde una perspectiva unilateral, sin preocuparse en exceso por la complejidad del concepto (Rocharungsat, 2008).

Con el paso de los años el discurso teórico en torno al turismo comunitario ha ido cambiando. Más recientemente se le asocia con la justicia social por su capacidad de asegurar un reparto más equitativo de los beneficios económicos y sociales. También se ha destacado su papel en el desarrollo de mecanismos de participación colectiva democráticos y por tanto, su vinculación con la gobernanza. En general, se le vincula con el desarrollo sostenible (Beeton, 2006), aunque hay que matizar que, en este último caso, dado que el desarrollo sustentable se ha generalizado como una preocupación transversal a todos los tipos de turismo (como se puede apreciar en la propia

formulación de la Carta del turismo sostenible firmada en Lanzarote en 1995), tampoco es acertado reducir el turismo comunitario a la sostenibilidad ambiental (Butler, 1999).

En cualquier caso, con el cambio de siglo se ha destacado que se trata de una opción alternativa al modelo tradicional de implantación turística que participa de las características de diferentes tendencias turísticas alternativas como el turismo responsable, el turismo ético o el turismo solidario. Así se dice en la Declaración de Belem del Foro Global sobre Turismo Sostenible (Foro Mundial Social, 2009; 2): «Queremos hacer una llamada a todos los ciudadanos y ciudadanas del mundo a contribuir con la afirmación del turismo comunitario, solidario, justo y sostenible; a defender las políticas públicas que procuran una mejor regulación del turismo, que detengan el financiamiento público a los megaproyectos turísticos y garanticen el derecho de acceso a los territorios por parte de las comunidades, los derechos constitucionales de las mismas para su desarrollo y autodeterminación, así como la aplicación rigurosa de la legislación ambiental que vele por el respeto a la diversidad biológica y cultural».

En este marco que destaca el carácter alternativo, el discurso del turismo comunitario se ha extendido a los países del Sur y poco a poco ha cobrado relevancia en el ámbito de las políticas de desarrollo de las comunidades rurales. Muchos de estos países han iniciado programas de fomento del turismo comunitario en el que el reto es encontrar soluciones a nivel local que supongan el fomento de la actividad turística como fuente de recursos económicos adicionales para la comunidad y para la mejora de la calidad de vida de la población sin ocasionar perjuicios medioambientales y la descaracterización cultural de la comunidad rural (Beni, 2003). En otros términos, las políticas de desarrollo de parte de estos países empiezan a concebir el turismo comunitario como una herramienta de lucha contra la pobreza, que tiene importantes efectos multiplicadores en el Producto Interior Bruto (PIB), y que permite conservar el patrimonio natural, histórico y la identidad étnica de un destino turístico, sin que se obvие que la actividad puede presentar algunos impactos negativos, como por ejemplo la contaminación ambiental o el deterioro cultural.

De igual modo, el turismo comunitario se ha colado en las agendas de los principales programas de cooperación internacional. Así se pone de manifiesto en el prefacio que Intermón Oxfam preparó para la edición en castellano del *The Good*

Alternative Travel Guide, donde dice que “desde finales de los años 80 han ido apareciendo en Europa y Norteamérica organizaciones que tienen diferentes formas de desarrollar el turismo alternativo, al mismo tiempo que crecían organizaciones que formulan y desarrollan las condiciones de un *comercio justo* (por lo que) se iniciaba un nuevo concepto de turismo que a falta de un nombre definitivo y de consenso, se conoce como turismo *responsable, comunitario, ético o solidario*. Todas estas fórmulas pretenden situar en un primer plano a las poblaciones locales como personas que nos conciernen y no como un mero telón de fondo pintoresco de la experiencia de nuestras vacaciones, y hacer del turismo una vía de acercamiento e intercambio enriquecedor que nos aparte de tópicos y prejuicios. Fórmulas que también persiguen que el turismo, como actividad económica que es, se convierta en una posibilidad de desarrollo y mejora de las condiciones de vida para las poblaciones autóctonas de los países receptores. Este turismo ofrece la posibilidad de hacer *algo positivo* en beneficio de las poblaciones y de la preservación de la naturaleza, al mismo tiempo que se disfruta de los paisajes más extraordinarios y de actividades deportivas, culturales y experiencias humanas difíciles de olvidar” (Oxfam, 2004)

Con el desarrollo aplicado del turismo comunitario, el término se está redefiniendo desde las lecciones que proporciona la puesta en práctica en los países en desarrollo (Richards y Hall, 2000). De este modo, se está desarrollando una nueva línea de investigación sobre las posibilidades que tiene en los países en vías de desarrollo como herramienta de lucha contra la pobreza, es decir, su eficacia como una de las herramientas posibles desde el sector turístico (Pro-Poor Tourism –PPT–). Asimismo, proliferan los análisis centrados en la búsqueda de beneficios económicos para las comunidades (Community Benefit Tourism Initiatives –CBTI–), con independencia de otras cuestiones de carácter sociopolítico, defendiendo que la comunidad tenga la propiedad, la gestión y el control de los proyectos turísticos que se desarrollen (Simpson, 2008). Una tercera línea de trabajo que va en aumento es la que se centra en como optimizar la cooperación internacional en el ámbito del turismo comunitario a través de los microproyectos (donor-assisted community-based tourism –DACBT–) (Harrison y Schipani, 2007).

El turismo comunitario es actualmente una “marca internacional” y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del “sur”, desarrollándose una gran diversidad de experiencias en Asia, en África y especialmente

en América Latina, como así pone de manifiesto el crecimiento de estudios sobre aplicaciones directas en los últimos quince años.

Entre ellos cabe citar diversos trabajos de investigación centrados en la realidad de países del continente africano como Botswana (Mbaiwa, 2005), Kenya (Manyara y Jones, 2007), Uganda (Lepp, 2007), Suráfrica (Dittmann, Marcus, 2009 y Giampiccoli y Kalis, 2012), Madagascar (Sommerville et al., 2010), Tanzania (Nelson et al., 2010), Namibia (Lapeyre, 2010), Cabo Verde (López Guzmán et al., 2011), Gabón (Payen, 2012), Marruecos (Junta de Andalucía, 2014)...

Lo mismo cabe decir respecto a Centro y Sur América con trabajos para experiencias de turismo comunitario en Bolivia (Palomo, 1997, 1997a), Dominica (Patterson et al., 2004), Brasil (Guerreiro, 2007), México (Juárez y Ramírez, 2007), Perú (Zorn y Farthing, 2007), Panamá (Cioce Sampaio et al., 2007), Ecuador (Ruiz et al., 2008; Ruiz Ballesteros y Cantero Martín, 2011), Nicaragua y El Salvador (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2009), Costa Rica (Trejos y Matarrita-Cascante, 2010), Belice (Timothy y White, 1999), Chile (Cruz Blasco, 2012)...

Para Asia, hay trabajos que localizan la actividad en China (Ying y Zhou, 2007), Jordania (Al-Oun y Al-Homoud, 2008), Turquía (Alaeddinoglu y Can, 2011), Fiji (Farrelly, 2011), India (Chakravarty y Irazabal, 2011), Tailandia (Ishii, 2012), Malasia (Harun et al., 2012), Camboya (Reimer y Walter, 2013)...

Pero también es un modelo que se empieza a valorar como fórmula alternativa en Europa y países desarrollados como los trabajos realizados para Hawái (Wyllie, 1998), Australia (Dyer et al., 2003), Canadá (Stewart y Draper, 2009), Italia (Iorio y Wall, 2012), Japón (Hiwasaki, 2006) o Rumania (Iorio y Corsale, 2013).

Ha alcanzado tal relevancia el turismo comunitario, que la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 2014 ha dedicado el Día Mundial del Turismo “Turismo y desarrollo comunitario”. El Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon, afirmó con este motivo que: «Este año, la celebración del Día Mundial del Turismo se centra en la capacidad del turismo para empoderar plenamente a las personas. La participación de las poblaciones locales en el desarrollo del turismo crea comunidades más fuertes y resilientes. El turismo ayuda a las personas a desarrollar una diversidad de aptitudes. Como sector de los servicios cuyas repercusiones se extienden a

sectores como la agricultura, la construcción o la artesanía, el turismo crea millones de empleos y oportunidades de negocios. Su capacidad para sacar a las personas de la pobreza, fomentar el empoderamiento de la mujer y ayudar a proteger el medio ambiente lo ha convertido en una herramienta vital para lograr cambios positivos en las comunidades de todo el mundo».

#### 4- Dimensiones del turismo comunitario para su desarrollo

Como hemos afirmado, el turismo comunitario es un concepto holístico y multisectorial, que necesita del desarrollo equilibrado en las dimensiones económica, social, cultural y ambiental del entorno comunitario, para que pueda ser una modalidad turística sostenible (OMT; 2014). Por lo tanto, el desarrollo de fórmulas turísticas comunitarias requiere de un análisis de estas dimensiones ya que éstas son elementos indispensables para su éxito.

Figura 2. Dimensiones de turismo comunitario



Fuente: Elaboración propia

##### 4.1. Dimensión económica: estructura productiva

El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras,

impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. El turismo comunitario, en este sentido, es también un motor con un efecto parecido sólo que con un alcance territorial más limitado.

El turismo comunitario puede ser una buena actividad económica, siempre complementaria, para aquellas comunidades en las que es difícil plantear otras alternativas, por no contar con recursos para ello. Es intensivo en mano de obra ya que su estructura productiva se basa en la creación de pequeños negocios y su producto en el servicio personal, al mismo tiempo que da empleo a un porcentaje de mujeres relativamente superior al de otros sectores productivos (OMT, 2002).

Para que se desarrolle es necesario el involucramiento productivo de la comunidad. En una encuesta aplicada a 113 académicos y profesionales expertos en el tema, éstos destacaron seis factores vinculados al éxito de los destinos donde se implementa el turismo comunitario, siendo el “involucramiento y soporte local” el que se mencionó con mayor frecuencia (Rocharungsat, 2008). Este involucramiento implica la participación de los órganos de gobierno locales o la creación de fórmulas propias de gestión desde la comunidad.

También es necesario para el desarrollo del turismo comunitario el involucramiento desde el exterior. Aquí cabe reconocer desde la mejora en infraestructuras más allá del ámbito local y el apoyo de las instituciones de gobierno, el desarrollo del apoyo financiero a través de la concesión de microcréditos por la banca oficial, privada o por instituciones internacionales (Jurado, Domingo y Pastor, 2012) y la colaboración de Organizaciones No Gubernamentales y Agentes Especializados, que canalicen las políticas de cooperación al desarrollo provenientes del exterior y el apoyo de potenciales clientes o colectivos concienciados con las formas locales de desarrollo.

Y finalmente, es fundamental el desarrollo de formas productivas organizadas. Estas se pueden materializar a través de empresas familiares o mediante la creación de cooperativas<sup>1</sup> (Lepp, 2007). La cooperativa se comporta como el mejor ejemplo de empresa de base comunitaria. La empresa comunitaria hay que entenderla, por tanto, como “una forma asociativa de producción en la cual las cuotas de capital y trabajo se

---

<sup>1</sup> "Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada." (Cooperativas de las Américas, 2016)

hacen en términos iguales por las mismas personas, las cuales son copropietarios de las utilidades de reserva y capitalización y asumen por igual las responsabilidades de gestión, administración y trabajo” (Oliart, 1969) La empresa comunitaria se debe fundamentar en elementos culturales del grupo como la solidaridad y el apoyo mutuo (cooperación), el sentido de pertenencia o identidad social y la priorización del capital social propio. Es decir, estas empresas deben ser el instrumento que permita la distribución equitativa de los beneficios en la comunidad (Weaver y Lawton, 2007).

No obstante, hay que reconocer al emprendimiento social como elemento clave para el éxito de esta modalidad turística. “El emprendimiento social es ejercido ahí donde una persona o grupo de personas tienen por objetivo, ya sea exclusivamente o de un modo prominente, la creación de algún tipo de valor social” (Peredo y McLean, 2004). El emprendimiento social es definido como el empeño-compromiso en crear nuevos modelos de actividad que desarrollen productos y servicios que satisfagan las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales (De Pablo, 2005) y que ayuden a paliar los efectos del desempleo y la pobreza y a aumentar la calidad de vida de una parte de la población, de modo que tanto la empresa como la sociedad se benefician de sus actividades. En definitiva, el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social (Boisot y MacMillan, 2004). En muchas ocasiones, la empresa social adopta la fórmula jurídica de la asociación o la fundación, dado que el beneficio lucrativo de carácter industrial no es un objetivo prioritario.

#### 4.2 Dimensión social: participación, empoderamiento y gobernanza

El turismo es un hecho social que influye en la identidad (González e Iglesias, 2009) y provoca efectos sociales directos como cambios en los hábitos y rutinas de la población local, alteración de la estructura social y de las relaciones sociales y modificación de creencias y valores morales. Solamente por el incremento de los contactos con personas ajenas a la comunidad o por el nuevo rol que pueden desempeñar algunos de sus miembros, se tienden a producir importantes cambios sociales. Los proyectos de turismo comunitario tienen que valorar estos aspectos

porque puede llegar a producir efectos tan significativos que al final se pierda la identidad social que sustenta el proyecto turístico comunitario.

No obstante, no siempre tenemos que interpretar el impacto social como algo negativo. La organización de los proyectos comunitarios suelen incidir en una mejora de la situación de la mujer y de los jóvenes, por lo que estos ganan en independencia económica, autoestima y posicionamiento social. Incluso, el turismo comunitario puede estimular la integración social o la no-discriminación de grupos y personas en situación de desventaja y vulnerabilidad en la medida en que los puede convertir en agentes económicos (Schindlmayr, Huber y Zelenev, 2005). En este sentido, el turismo comunitario puede llegar a favorecer una sociedad más inclusiva, más transversal y más justa.

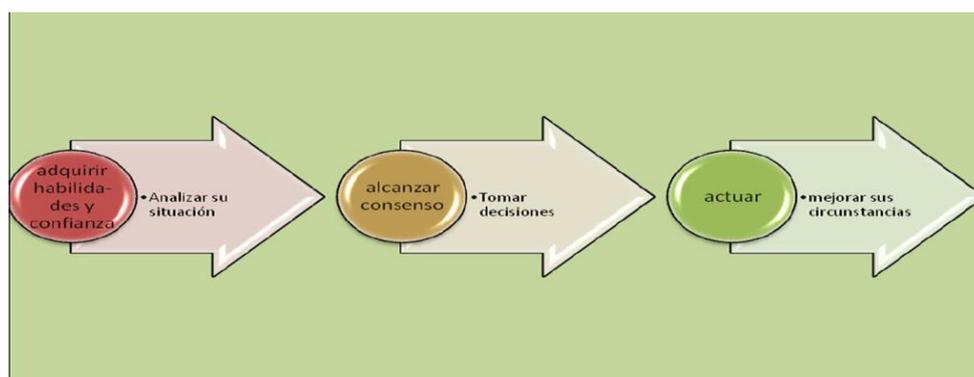
Además, al hacer sentir a la población que controla su desarrollo, puede generar más unión dentro de la comunidad y, por tanto, incrementar este sentimiento, lo que termina generando valores positivos como el aumento de la solidaridad interna. El reposicionamiento de los grupos desfavorecidos y la solidaridad inciden en un incremento de la cohesión social, entendida como “la capacidad de una sociedad para asegurar el bienestar de todos sus miembros, minimizar las disparidades y evitar la polarización”. “Una sociedad cohesionada es una comunidad de apoyo mutuo compuesta por individuos libres que persiguen objetivos comunes por medios democráticos” (Consejo de Europa, 1999).

También podemos interpretar que el contacto con foráneos permite la apertura de mente y una actitud menos intransigente y más propensa al cambio, lo que tampoco tiene que ser visto como algo negativo.

De igual modo, el turismo comunitario potencia la democratización de las sociedades locales. La necesidad de la corresponsabilidad en la toma de decisiones es la principal causa. Impulsa la gobernanza democrática y la conciencia del derecho a formar parte de las fórmulas de gobierno. La gobernanza hay que entenderla como un método de regulación, un proceso de coordinación de actores, grupos sociales e instituciones que cooperan para alcanzar metas discutidas y definidas colectivamente. La buena gobernanza promueve la equidad, la participación, el pluralismo, la transparencia, la responsabilidad y el estado de derecho.

Pero para que todo ello se produzca la clave es el empoderamiento de la comunidad. El empoderamiento (*empowerment*) ha sido definido como el proceso por el cual la autoridad y las competencias se obtienen y se desarrollan (Staples, 1990). El empoderamiento es un proceso personal a largo plazo que requiere de cambios y que puede ser construido sólo de manera gradual y en todas la persona debe adquirir autoconfianza y competitividad. Una vez que se generaliza a escala individual, puede trasladarse a las relaciones sociales, a los grupos, a las organizaciones, a la sociedad en su conjunto (Vogt y Murrell, 1990, citados por Foladori, 2002: 632), por lo que finalmente el proceso individual deriva en empoderamiento comunitario a través de la participación comunitaria, tal como se aprecia en la figura 2. Por tanto, participación, empoderamiento y gobernanza son los tres elementos sociales básicos para el desarrollo de proyectos de turismo comunitario.

Figura 3. Secuencia del empoderamiento comunitario



Fuente: Fernández (2011:40), a su vez basado en Carballo-Sandoval (1999).

#### 4.3. Dimensión ambiental

La dimensión ambiental es fundamental para desarrollar proyectos de turismo comunitario. En primer lugar, porque los recursos territoriales, el medio ambiente en sentido genérico del término, son la base del producto turístico. Esto es especialmente evidente en aquellas fórmulas centradas en el ecoturismo, por citar un ejemplo. En segundo lugar, porque el cuidado el medio ambiente es un elemento clave. La actividad

turística debe ser respetuosa con el medio ambiente, en términos de calidad y de preservación de la identidad ambiental y debe incluso revertir en una mejora de éste.

En este sentido, no podemos olvidar que el turismo produce importantes consecuencias medio ambientales en las zonas naturales o rurales ya que incide en la construcción de infraestructuras (carreteras, aeropuertos, puertos, etc.), provoca la irrupción de un alto número de turistas en zonas medioambientalmente sensibles como parques naturales, reservas...incrementa el espacio edificado a través, por ejemplo, de la construcción de complejos hoteleros, aumenta la demanda de recursos naturales como el agua, modifica los usos del suelo o genera residuos en áreas sensibles (aguas fecales, polución...por ejemplo) (Osuna, 2013)

Por tanto, en todo proyecto de turismo comunitario es necesario evaluar el modo en que la comunidad maneja y aprovecha los recursos naturales, las estrategias comunitarias orientadas a proteger y conservar la diversidad biológica y las medidas concretas que se han adoptado y aplicado para controlar, prevenir y remediar los efectos nocivos que puede causar el turismo en el medio ambiente (Maldonado, 2005). En este sentido, son de gran importancia las medidas que se adoptan en el ámbito informativo y educativo, ya sea para la propia comunidad como para el turista.

#### 4.4. Dimensión cultural

La definición de la UNESCO sobre patrimonio cultural distingue el patrimonio tangible del intangible. El patrimonio tangible incluye el patrimonio arqueológico y arquitectónico, las manifestaciones históricas o de cultura tradicional que generan objetos materiales y las expresiones letradas y documentales. Por su parte, el patrimonio intangible abarca las siguientes categorías: las lenguas, la tradición oral, las técnicas culturales y escénicas, el conocimiento tradicional y las representaciones del arte, los ritos y eventos festivos.

La cultura es un elemento fundamental para el desarrollo del turismo comunitario, ya que éste parte de la oferta de productos turísticos con identidad cultural y, por tanto, diferenciados. Por este motivo, el turismo debe velar por la conservación del patrimonio y de la identidad cultural, porque está en la base del sostenimiento de la

actividad. El hecho de que la actividad turística demuestre interés por la cultural local puede ser un elemento que favorece su conservación ya que hace tomar conciencia a la población local del valor de su identidad cultural, estimula la autoconciencia y de esta manera induce a la población a la permanencia de sus modos y productos tradicionales. Por lo tanto, el turismo puede tener efectos muy positivos para preservar la cultura local, para reforzar hechos culturales en parte ya perdidos y para construir un futuro sostenible respetando el pasado (Al-Oun y Al-Homoud, 2008)

De este modo, un rasgo singular del turismo comunitario es la preservación de la identidad cultural, mediante la puesta en valor y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus formas y el rescate de tradiciones y formas culturales en riesgo de desaparición. Las fuerzas del mercado por sí solas pueden garantizar la promoción y la valoración mercantil de la diversidad cultural, pero no su preservación y transmisión en beneficio de las generaciones futuras.

No obstante, la propia actividad turística tiende a modificar el bagaje cultural de un pueblo y a producir cierta mezcla de culturas, sobre todo cuando la convivencia con el turista es estrecha o está masificada. Por tanto, las medidas de preservación de las prácticas culturales autóctonas, sobre todo en el ámbito de la educación, es un elemento a considerar en el desarrollo de proyectos comunitarios (Rosenow y Pulsipher, 1979).

## **5- Síntesis: condiciones propicias para el turismo comunitario**

En función de la exposición que hemos realizado sobre el concepto y las dimensiones que debe tener un proyecto turístico comunitario en una zona concreta, podemos sintetizar las condiciones propicias para el desarrollo de esta modalidad turística en factores relativos al modelo de desarrollo turístico que se desea, a las características deseables en relación con los recursos territoriales y turísticos y a las estructuras organizativas públicas y privadas, locales y exteriores a la comunidad. La relación de factores clave aparece en la siguiente tabla.

Tabla 2. Condiciones propicias para el desarrollo del turismo comunitario

	<b>Condiciones propicias</b>
Modelo de desarrollo	La motivación no es solamente la generación de ingresos, sino también la conservación del patrimonio cultural y natural y el aprendizaje intercultural
	Se produce distribución de beneficios y por tanto, genera cohesión social
	El producto considera necesaria la limitación del número de visitantes en equilibrio con la capacidad de carga de la comunidad y el medio ambiente para evitar efectos adversos
	Los enfoques están contextualizados localmente y no son 'importados'
	El turismo comunitario se percibe como un elemento fundamental del desarrollo comunitario a medio y largo plazo
	El turismo comunitario tiene siempre presente la necesidad de la educación de visitantes y locales
Recursos	La propiedad de la tierra y de otros recursos productivos está bien definida
	Hay una buena infraestructura para acceder al producto
	La actividad está apoyada por buenos mecanismos de comercialización
Planificación y organización	La comunidad se involucra en la toma de decisiones basándose en la información, consideración de impactos, riesgos, opciones y posibles resultados
	La mayoría de los miembros de la comunidad (incluido mujeres, jóvenes y colectivos vulnerables) están involucrados en la toma de decisiones
	La toma de decisiones se realiza mediante un modelo de desarrollo de abajo hacia arriba
	Altos niveles de participación de la comunidad en la gestión
	La comunidad está bien organizada desde el punto de vista productivo y desde el ámbito del autogobierno
	Fuerte asociación con las ONG y organismos gubernamentales locales, apoyo financiero adaptado a la estructura productiva e involucramiento exterior de entidades de gobierno y ONG

Fuente: Elaboración propia basado en Sally, Louise, Naomi y Michael (2010)

En coherencia con los elementos mencionados, el Ministerio de Artesanía, Comercio y Turismo de Francia (2012) ha identificado seis palancas o campos de actuación clave para la implementación de proyectos de turismo comunitario: la participación y la formación de la comunidad, la colaboración y la asociación con la

industria turística, la gestión y el empoderamiento local, los objetivos ambientales y comunitarios y su consecución, la ayuda de los sectores público y privado y las consideraciones financieras para una durabilidad de los proyectos a largo plazo.

Nos todas las comunidades están en las mejores condiciones para garantizar la puesta en marcha exitosa de proyectos turísticos comunitarios, por lo que la capacidad de liderazgo, sobre todo en las primeras fases de desarrollo es crucial. En ocasiones este es asumido por instituciones de carácter local pero en otros casos son los propios vecinos los que consiguen generar sinergias colaborativas.

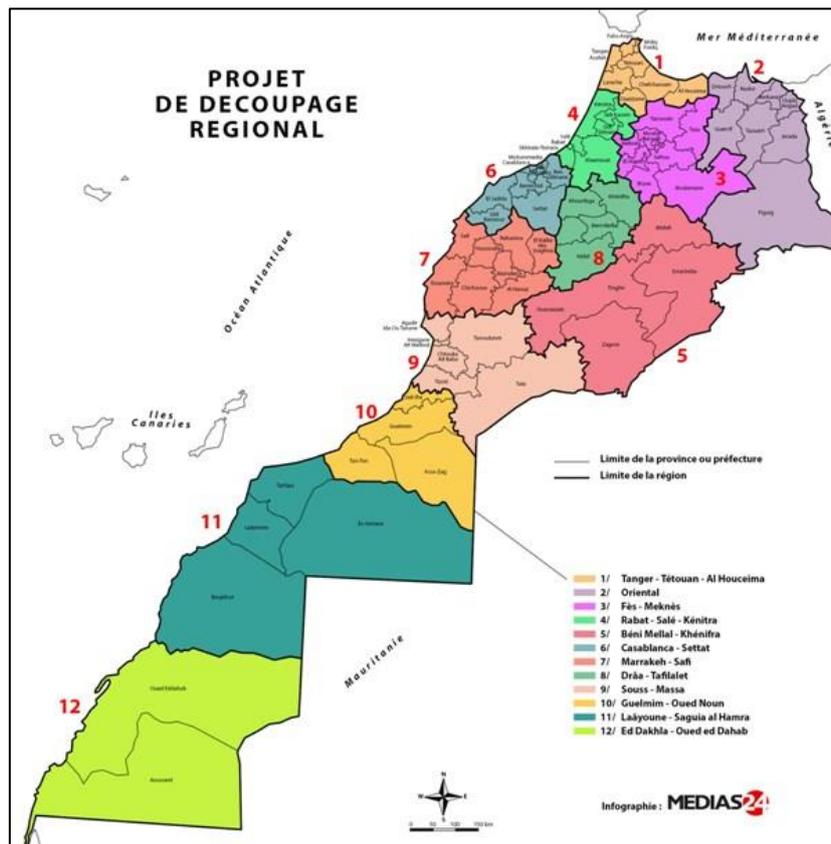
### CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS TERRITORIALES, SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LAS PROVINCIAS DE GUELMIM, SIDI IFNI, TAN-TAN Y TARFAYA

---

## 1- Introducción

La zona de estudio se ubica en las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra, regiones 10 y 11, en el sur de Marruecos. De modo más preciso, se compone de las provincias de Tarfaya, Tan-Tan, Sidi Ifni y Guelmim, siendo Tarfaya la única que se sitúa en la región de El Aaiún-Saguia El Hamra (ver figura 4). Desde una perspectiva histórica, las dos primeras constituyeron la región de Cabo Joby (1916-1958) que junto a la de Sidi Ifni (1934-1969), formaron parte del antiguo protectorado español, aunque Tarfaya se extiende también por el territorio norte de la antigua provincia española del Sahara Occidental. La provincia de Guelmim fue un territorio del protectorado francés.

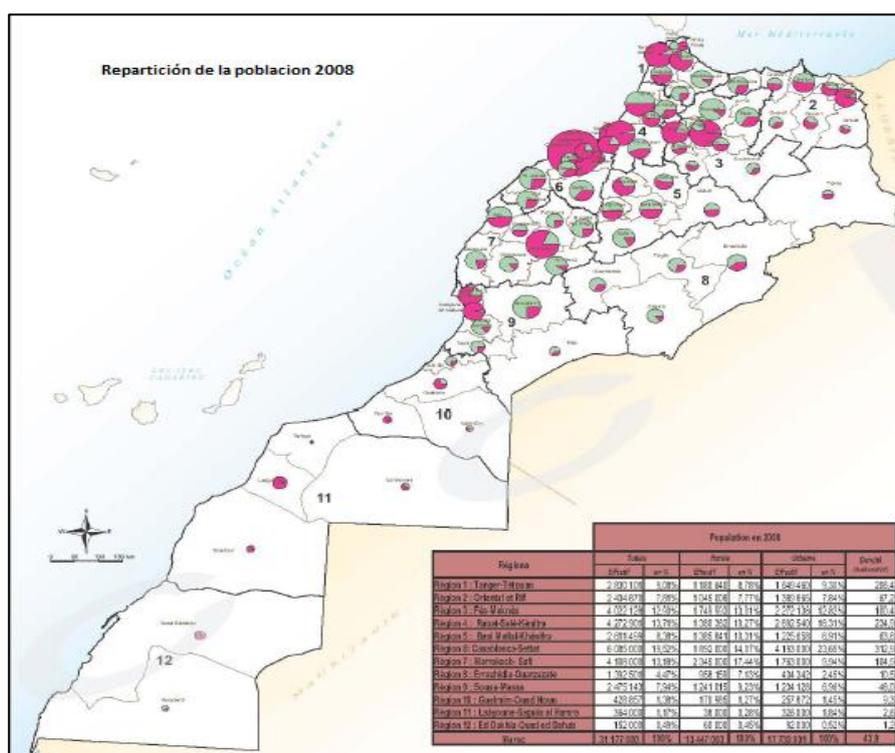
Figura 4. Organización territorial de Marruecos



Fuente: Consejo Económico, Social y Ambiental de Marruecos, 2013.

El marco geográfico del área de estudio se comprende de lo que se denomina los territorio de las provincias del sur, que incluye de norte a sur las regiones de Guelmim-Oued Noun, El Aaiún-Saguia El Hamra y Dajla-Oued Ed Dahab, una extensa área 416.500 km<sup>2</sup>, lo que representa el 59% del territorio marroquí, pero que acoge tan sólo al 3% de la población nacional (946.000 habitantes). La distribución población se mantiene casi invariable en 2012 (ver figura 5).

Figura 5. Distribución provincial de la población de Marruecos



Fuente: Commission Consultative de la Régionalisation – Atlas Cartographie. (2012).

El área de estudio tiene 64.230 km<sup>2</sup> y contaba con 402.715 habitantes en 2014 (ver tabla 3), distribuidos en siete comunas (“municipios”) urbanas y cuarenta y dos comunas rurales. La mayor parte de la población se ubica en las provincias de Guelmim y Sidi Ifni. En su conjunto, el área presenta una línea de costa sobre el Océano Atlántico de casi 380 km.

La mayor parte de la población vive en los asentamientos urbanos. De hecho el área tiene una tasa de urbanización del 95%, muy superior al 74% que se registra en la

totalidad del país. No obstante, fuera de los ámbitos urbanos la zona se caracteriza por una complementariedad entre el nomadismo y el mundo de los oasis. De igual modo, existe una unidad cultural hasaní muy marcada en toda el área de estudio, con una fuerte preeminencia de la lógica tribal en los territorios.

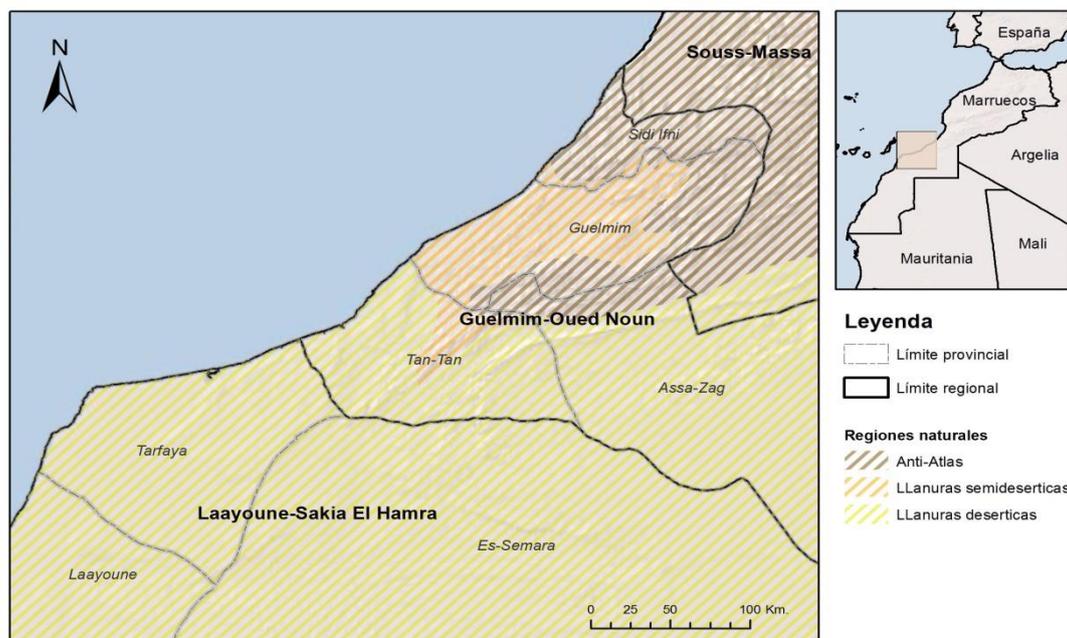
Tabla 3. Población y superficie de la zona de estudio

Provincia	Superficie (km <sup>2</sup> )	Población (habitantes)	Comunas	
			Rurales	Urbanas
<b>Tarfaya</b>	15.450	13.082	4	1
<b>Tan-Tan</b>	17.295	86.134	5	2
<b>Guelmim</b>	28.750	187.808	16	2
<b>Sidi Ifni</b>	3.190	115.691	17	2
<b>Total</b>	<b>64.230</b>	<b>402.715</b>	<b>42</b>	<b>7</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de monografías de las cuatro provincias, 2015

Es un territorio dividido en tres áreas geográficas diferenciadas: una zona montañosa, el Anti Atlas en el norte y nordeste; un área de llanuras semidesérticas en el centro, entre las provincias de Guelmim y Tan-Tan y un sector de llanuras desérticas al sur, en Tarfaya (ver figura 6). Las limitaciones de orden climático caracterizan todo el ámbito, sobre todo en el sur, donde la extrema aridez condiciona la falta de suelos cultivables y de agua potable. El clima predominante es árido y caluroso en verano y fresco en invierno, presentando cierta variabilidad debido a las influencias oceánicas y continentales. La precipitación media anual varía entre 50 y 120 ml.

Figura 6. Grandes unidades paisajísticas del área de estudio



Fuente: Elaboración propia

## 2- Situación económica

La economía de la zona se caracteriza, en términos generales, por tres elementos. En primer lugar, la base productiva está poco diversificada y depende de tres sectores esencialmente: la administración pública, que contribuye con un 36% al PIB y con un 27% al empleo; la pesca, con un 17% del PIB y un 35% de los puestos de trabajo y el comercio, que aporta el 32% al PIB y un 20% de los puestos de trabajo.

Aunque se registra una tendencia a una mayor diversificación, la economía sigue siendo vulnerable, ya que gira principalmente en torno a la pesca y la transformación de los productos del mar, del sector de los fosfatos y, en menor medida, de los sectores de obras públicas y servicios de mercado. El PIB generado por los recursos naturales como la pesca y la transformación de los productos del mar (TPM), la agricultura y los fosfatos suma un total de 11,5 mil millones de Dh en Marruecos de los que un 70% son captados por las provincias del Sur. La estrategia de puesta en valor local de los productos del mar aún no ha sido desarrollada y estos productos son a menudo

comercializados en su estado bruto, por la falta de infraestructuras portuarias y las dificultades de acceso a las financiaciones bancarias.

En segundo lugar, la zona se beneficia de una importante acción pública para el desarrollo territorial. De hecho, las inversiones públicas son sumamente importantes y ocupan el tercer puesto en lo que a inversión per cápita se refiere en el contexto marroquí (Consejo Económico, Social y Ambiental- CESA, 2012)

Y en tercer lugar, la actividad económica está claramente subsidiada por el Estado. Las empresas disfrutan de una exención fiscal efectiva del Impuesto de Sociedades, del IVA (excepto en los insumos) y de los impuestos locales. Existe un régimen de subvenciones para la planificación y desarrollo de actividades industriales y la inversión está exenta de impuestos locales los productos básicos de consumo (gasolina, aceite, azúcar y harina) están subvencionados por el gobierno. Además, los funcionarios, que constituyen el grueso de la fuerza laboral en el Sahara, tienen un sobresueldo por destino que supone estar destinado en el extremo sur del país. Por si estos privilegios no bastaran, también hay que mencionar la famosa “cartilla” (llamada con el nombre español) que no es sino una subvención mensual de 2.100 Dh (200 €) para algunas familias (Otazu Javier, 2017). Esta política económica, desarrollada por Marruecos para impulsar el crecimiento económico en la zona y el incremento de la población, no ha dado los resultados previstos, porque si bien ha impulsado el crecimiento demográfico, ha generado una cultura del subsidio que ha desembocado en la generalización de comportamientos contraproducentes en muchos casos. En la actualidad, está en proceso de revisión la estrategia económica marroquí en la zona.

Según el informe del Consejo Económico, Social y Medioambiental (CESM) de 2013 sobre “Nuevo modelo de desarrollo para las provincias del Sur”, la economía de las provincias del Sur depende mucho del Estado. La aportación del Estado al PIB de las provincias del Sur es superior al 54%, con un 43% de ayudas directas (33% para la administración pública y 10% para las empresas públicas) y un 11% de ayudas indirectas (PIB inducido mediante la inversión pública). La inversión pública ha alcanzado la cifra de 5 mil millones de Dh y de 5.500 Dh por habitante, esto es, un 31% más que la media nacional (4.200 Dh).

Con todo ello, los salarios son la principal fuente de ingresos (53% del total de ingresos) y el resto lo componen las ganancias empresariales, de inversión y de renta (26%), las ayudas directas e indirectas (19%) y las transferencias (1%).

Los ingresos totales generados por las provincias del Sur suman entre 22 y 23 mil millones de Dh. El 82% de esta cifra proviene de los diferentes sectores productivos de la zona (incluido el sector público), el 16% corresponde a las ayudas directas e indirectas; el resto emana de las transferencias recibidas. El Estado participa en un 48%, con un 26% de participación directa (20% para los salarios y 6% para las ayudas directas), y un 22% de participación indirecta (9% para los salarios generados por la inversión pública y un 13% para las ayudas indirectas) (CESM, 2013)

Según los resultados de las cuentas regionales para el año 2014 de la alta Comisaría de Planificación (HCP), el crecimiento del producto interno bruto (PIB) alcanzó un crecimiento anual del 8,9%, superado la media nacional que es del 6,1%.

### 2.1. Agricultura y ganadería

La agricultura tiene cierta importancia en la zona, en especial en las provincias de Guelmim y Sidi Ifni. La superficie agrícola útil (SAU) contabiliza unas 42.183 hectáreas, lo que representa un 1,20% de la superficie total de las provincias del Sur. La contribución del sector agrícola al PIB regional no supera el 2% y tan sólo contribuye con de un 5 a un 10% de los puestos de trabajo.

La actividad se centra en la producción de cereales, hortalizas y árboles frutales. La superficie agrícola útil, en general suma 144.477 has. Presenta tres estructuras dominantes: al Faid (62,5%), o tierras utilizadas de modo permanente para la agricultura en función de la disponibilidad de recursos hídricos; al Bour (32,0%) o tierras que se cultivan ocasionalmente y de modo estacional, y el oasis de regadío.

El gran obstáculo para la mejora agraria es la movilización de los recursos hídricos (aguas subterráneas, desalinización) y la pobreza de suelos en algunas zonas.

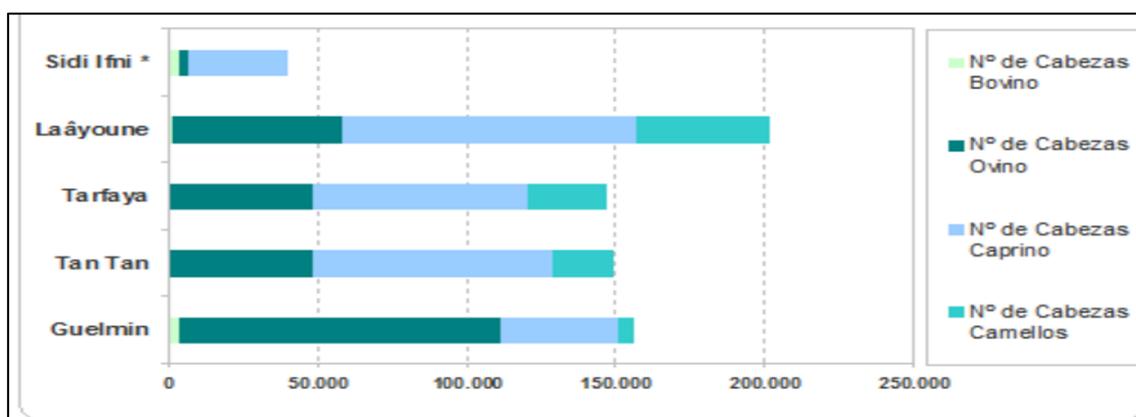
Tabla 4. La agricultura en la zona de estudio

	2009	2012
Superficie cultivada (Has)	30.685	42.183
Producción anual de granos y cereales (quintales)	406.376	742.400
Número de árboles frutales	742.100	1.442.200

Fuente: Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Guelmim-Oued Noun, 2015.

La ganadería es una actividad predominante en las provincias del sur, salvo en el caso de Sidi Ifni. Esta actividad abarca tanto a camellos y cabras como a ovejas y, en menor medida, al ganado destinado a la producción de leche (bovina). La cría ovina destaca en Guelmim mientras la caprina en Tarfaya y Tan-Tan (ver figura 7).

Figura 7. Número de cabezas de ganado



Fuente: Proyecto SIT AL MAGRIB, 2012

Una parte importante de la cría se apoya en el uso de pastos naturales, manteniéndose la trashumancia como forma de producción. La cría de camellos tiene un gran potencial para el desarrollo del empleo juvenil en la región, pero se enfrenta a la ausencia de un marco que mejore la cadena de valor (ordenación de los recorridos de pastoreo, estructuración y organización del tejido de criadores, modernización y

creación de productos derivados, mejora de los canales de distribución y de comercialización).

## 2.2. Pesca

Con sus 1.500 km de costa, el litoral del Sur de Marruecos - incluido los 380 Km de zona de estudio - es rico en recursos haliéuticos, hasta tal punto que aseguran el 80% de las capturas nacionales (tanto costeras como de altura) y contribuyen con un 15% al PIB de las tres regiones del sur y con un 30% a los puestos de trabajo de las provincias del Sur. La pesca constituye, antes incluso que la agricultura y el turismo, el primer activo económico de la región; debido a su papel en el desarrollo de otros sectores como la industria o el comercio.

El puerto de Tan-Tan es el más importante de la zona pero no el único, con otros enclaves de menor importancia como Sidi Ifni, Tarfaya, Amegriou, este último en la provincia de Tarfaya (ver tabla 5) En todos los puertos, sobre todo en los más pequeños, se practica la pesca artesanal. Tan-Tan es el primer puerto marroquí pesquero en sardinas y caballas.

Tabla 5. Producción pesquera en los puertos de la zona de estudio

Puerto	Año 2013		Año 2014	
	TM	Miles Dh	TM	Miles Dh
<b>Tan-Tan</b>	98.886,4	373.468,4	128.738,1	494.837,4
<b>Sidi Ifni</b>	2.324,7	-	19.499,3	-
<b>Tarfaya</b>	6.839	44.833	1.132	34.901
<b>Amegriou</b>	412	11.747	223	7.784

Fuente: Elaboración propia a partir de Monografías de las provincias, 2015

La valorización de los productos del mar, orientada fundamentalmente hacia la congelación y harina de pescado, y la ausencia de capacidades de transformación in situ, limita los beneficios locales. De la misma forma, la gestión de las licencias de alta mar es un tema de recurrente tensión.

### 2.3. Comercio y servicios

El comercio ha experimentado un crecimiento constante gracias al desarrollo de sus infraestructuras. Hoy por hoy constituye un sector importante de la economía del territorio contribuyendo con un 32% al PIB regional y con un 20 de los puestos de empleo. Este sector sigue estando poco estructurado, dominado por el sector informal y careciendo de servicios logísticos modernos. Del mismo modo, la falta de visibilidad en el torno de los negocios, esencialmente en el sector inmobiliario y la situación fiscal, así como la lentitud burocrática de determinados procedimientos, impiden la instalación de actores nacionales modernos.

El entorno de los negocios en las provincias del Sur, aunque se prevé diversas medidas de incentivación, no es lo suficientemente atractivo para los inversores privados nacionales e internacionales, lo que explica que la inversión privada sea baja (3-4 mil millones de Dh). El volumen de negocios es mayoritariamente generado por los actores locales (60-65%), seguidos por los inversores nacionales (30-35%) y los inversores internacionales (10-15%)

Además, el tejido económico de este sector en las provincias del Sur está compuesto por unas 42.000 empresas domiciliadas *in situ*, de las que el 29% son pequeñas y medianas empresas (PYMES), es decir, unas 12.000 empresas. Estas PYMES generan el 70% del PIB y el 55% de los empleos en todos los sectores. El 70% restante lo constituyen las muy pequeñas empresas (MYPES) que operan principalmente en el sector informal y generan el 38% de los empleos. Tan sólo el 1% de las empresas son de gran tamaño (CESM, 2013)

### 2.4. Artesanía

La artesanía forma parte del patrimonio histórico de las tribus nómadas en el Sur marroquí. Ahora bien, la tipología de los productos y las vías de su comercialización conocen en la actualidad profundas mutaciones, debido a la sedentarización de los nómadas y al cambio sufrido en los hábitos de consumo.

La labor artesanal en estas zonas se basa en la transformación de la piel de cabra y camello, de la plata, del barro local en productos útiles y en obras de arte (joyas, productos de cobre,...). En este sentido, los centros artesanales, instituidos en Guelmim y Tan-Tan, contribuyen a la organización y formación de los artesanos.

En las cuatro provincias, la riqueza de las tradiciones inspira una artesanía variada con fuertes señas identitarias y culturales (tejidos, tapicería, marroquinería, joyas...). Sin embargo, el sector presenta un claro infradesarrollo imputable a la falta de formación y apoyo a los artesanos, la falta de promoción y de adaptación a las necesidades del mercado y de los circuitos de comercialización.

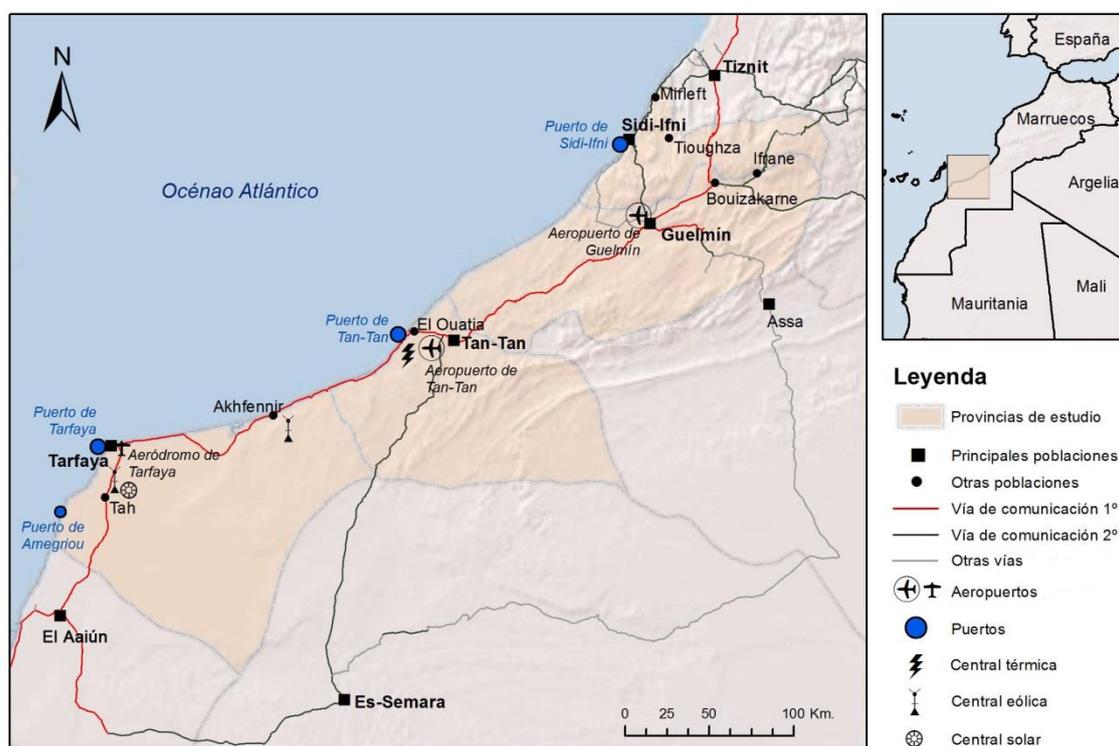
### **3- Infraestructuras**

La situación periférica de las provincias del Sur de Marruecos exige de un gran esfuerzo inversor para su conexión adecuada con los principales centros demográficos y productivos del país. Aunque en las últimas décadas se ha realizado inversiones en este sentido, todavía la situación no es la deseable.

#### **3.1. Transporte y comunicaciones**

Las carreteras provinciales constituyen la columna vertebral de la red existente (56%) en la zona, uniendo los mayores núcleos con algunas excepciones. Las comunas rurales presentan una red de carreteras en peor estado y más desestructurada (ver figura 8).

Figura 8. Red de infraestructuras de transporte y energía



Fuente: Elaboración propia en base a SRAT

La zona está bien comunicada por muchas líneas de transporte público, especialmente entre las ciudades. Las zonas rurales sufren de una clara escasez de transporte público autorizado. El transporte en taxi sigue siendo el más importante en comparación con otros modos disponibles. En las zonas urbanas, las empresas de transporte intra-urbano siguen faltando, a pesar de diversos proyectos de inversión privada.

La región dispone de dos aeropuertos situados en Guelmim y Tan-Tan, y también de un aeródromo en Sidi Ifni. Las instalaciones existentes son poco o nada operativas, registrando un bajo número de viajeros, a pesar de la declaración de ambos aeropuertos como de interés regional.

A pesar de su vocación inicial como puertos pesqueros, las instalaciones de Tan-Tan, Tarfaya y Sidi Ifni también desarrollan función comercial, tanto de cabotaje como de importación y exportación. Los hidrocarburos representan la mayor parte de los

productos desembarcados, mientras que la exportación se centra en productos pesqueros. Hay una clara carestía de tráfico de pasajeros a través de los puertos de la zona.

### 3.2. Recursos hídricos

El territorio tiene una clara escasez de recursos hídricos. El total pluviométrico, que en la mayoría de los casos no supera los 180 mm<sup>3</sup> al año, no permite la existencia de un volumen de recursos importantes. La mayor parte de los recursos se destinan para satisfacer las necesidades de agua potable (el 63% del consumo total en la cuenca sahariana frente a un porcentaje entre el 4 y 9 % en el resto del país). Esto conlleva una limitación del potencial agrícola, en especial en Guelmim, y del desarrollo de cualquier actividad productiva. Además supone que existan serias dificultades para preservar las aguas subterráneas profundas, ante el bombeo excesivo.

La solución a este problema, que se debe basar en la búsqueda o creación de recursos, choca con limitaciones presupuestarias. Hay una clara insuficiencia presupuestaria para la prospección de nuevos recursos, para la construcción de embalses en la zona de Guelmim y para la instalación de plantas desalinizadoras.

### 3.3. Energía eléctrica

Los centros y localidades de la región, están conectados en casi todos los casos a la red nacional de electricidad. La tasa de cobertura es cercana al 100% debido a la importancia demográfica de los centros urbanos y gracias al desarrollo de programas de electrificación rural. No obstante, la cobertura de los centros rurales es algo superior al 80%, con una mayor presencia en las provincias de Guelmim y Tan-Tan.

La zona tiene en la playa de Tan-Tan una central de producción de energía térmica, que necesita ser ampliada ya que la potencia generada apenas cubre las necesidades actuales. Las energías renovables (eólica y solar) constituyen un recurso para el futuro. No obstante deben solucionarse cuestiones primordiales como la

financiación, la conexión a la red nacional, la ordenación de los sitios potenciales y la formación de recursos humanos cualificados.

Entre 2009 y 2010, el gobierno lanzó dos planes para llevar a cabo una estrategia energética nacional. Estos fueron:

- El Plan Solar Marroquí, cuyo objetivo es alcanzar en 2020, los 2.000 MW producidos con energía solar.
- El Programa Integral de Producción Eléctrica Eólica, cuyo objetivo es, en la misma fecha, alcanzar igualmente 2.000 MW gracias a fuentes eólicas.

En el contexto de este último Plan se están desarrollando dos centrales en la zona: una en Tarfaya y otra en Tan-Tan. El parque eólico de Tarfaya, situado a dos kilómetros al sur de la ciudad, tendrá una capacidad potencial de 300 MW. Se trata de un proyecto de producción concesional bajo la fórmula Built, Operate and Transfer (BOT) otorgado por la Oficina Nacional de Energía Eléctrica (ONEE) a la empresa privada Nareva Los aerogeneradores tendrán una potencia unitaria superior o igual a 850kW. En Tan-Tan se desarrollará el parque eólico de Sidi Garn-Sahb Harcha, con un potencial de 712 MW (Instituto Español de Comercio Exterior, 2012)

Respecto al desarrollo de la energía solar, la zona presenta un gran potencial. Se estima que las regiones del Sahara y la meseta del Atlas (un total de 400.000 km<sup>2</sup>) reciben una energía solar de 1.900 kWh/m<sup>2</sup> anuales. Está prevista la construcción de una planta solar en Tarfaya, la de Sebkhath Tah, de 500 MW de energía potencial (que se unirá a las de Foum Al Ouad en El Aaiún y Cabo Bojador). Situada en una depresión con una altura media de 60 metros, la zona también tiene un gran potencial eólico, por lo que podría acoger un complejo energético integrado además de la central solar, por un parque eólico y una estación de transferencia de energía por bombeo (STEP).

#### **4- Situación demográfica y bienestar social**

La zona se caracteriza por una estructura demográfica joven y ligeramente feminizada, como resultado de los procesos emigratorios. Algo menos de un tercio de la población tiene menos de 16 años, lo que nos habla de un comportamiento vegetativo aún vigoroso, lo que se traduce en una dinámica demográfica positiva en las cuatro

provincias. Los comprendidos entre 16 y 29 años superan el 25% en todas las provincias (ver tabla 6).

Tabla 6. Estructura de la población por grupos de edad

<b>Provincia</b>	<b>0-15</b>	<b>16-29</b>	<b>30-59</b>	<b>&gt;59</b>
<b>Sidi Ifni</b>	26,9	25,4	34,4	13,3
<b>Guelmim</b>	27,9	27,6	35	9,5
<b>Tan-Tan</b>	28,9	27,5	37,3	6,3
<b>Tarfaya</b>	29	65,6		5,4

Fuente: Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Guelmim-Oued Noun, 2016

En los últimos años se ha realizado un gran esfuerzo en la zona por mejorar la escolarización infantil. Entre el 95 y el 97% de los niños con edades comprendidas entre 7 y 12 años están escolarizados. La educación secundaria tiene una menor presencia. No obstante, se aprecia una menor escolarización entre las niñas, con diferencias de hasta 4 puntos menos en la etapa de educación primaria en algunas provincias como Sidi Ifni.

La tasa de analfabetismo, que afecta sobre todo a población de edades más avanzadas, oscila entre el 43,3% de Sidi Ifni y 25,2% de Tan-Tan. Se trata de una tasa muy feminizada, que oscila entre el 57,3% de Sidi Ifni y el 33,4% de Tan-Tan. Esto da como resultado que la tasa de alfabetización de la zona esté situada en el 63% frente al 57% para el conjunto del país. Uno de los grandes problemas del ámbito de estudio es la escasa formación de las mujeres, lo que se relaciona con el papel que estas desempeñan en la sociedad, vinculadas a la reproducción y al mantenimiento del hogar especialmente entre las mayores de 30 años.

La juventud de la población y el papel social que desempeña la mujer determinan que las tasas de actividad sean bajas, especialmente entre las mujeres, con valores de hasta el 11,7% en Sidi Ifni. El desempleo, por el contrario, afectaba a una parte importante de la población activa en 2014, entre el 22,3 y el 29,7% (ver tabla 7). El desempleo está en el centro de la problemática del desarrollo de las regiones del Sur y sigue siendo el factor principal de tensión social. Afecta de forma desigual a ciertos

segmentos de la población local, sobre todo a los jóvenes saharauis (29% como promedio para el conjunto de la zona de estudio) y a las mujeres.

Tabla 7. Tasa de Actividad y de Desempleo en 2014

Provincia	Tasa de Actividad			Tasa de Desempleo		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>Sidi Ifni</b>	36,2	65,3	11,7	22,3	19,2	37,2
<b>Guelmim</b>	39,4	66,8	14,6	29,7	23	57,1
<b>Tan-Tan</b>	47	74,3	19	23,7	17,7	47,8
<b>Tarfaya</b>	-	-	-	-	-	-

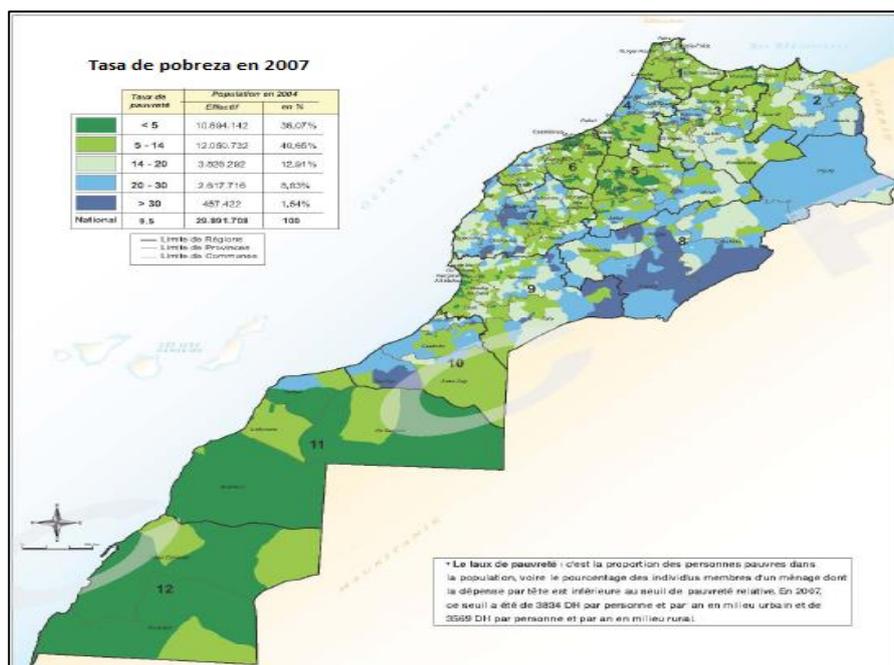
Fuente: Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Guelmim-Oued Noun, 2016

La situación profesional de los activos ocupados o parados que ya han podido acceder a un puesto de trabajo se caracteriza por el predominio de los trabajadores asalariados para el sector privado y los autónomos. En el primer caso, el porcentaje de activos oscila entre el 35,6% de Sidi Infi y el 41,7% de Tan-Tan. En general están asalariados en pequeñas y medianas unidades productivas. En porcentaje de autónomos oscila entre el 26,3% de esta última provincia y el 39,8 % de la primera. En Guelmim y Tan-Tan, el sector público genera más empleo, 24,2 y 22,6%, respectivamente.

Tal como venimos diciendo, hay una relación entre la situación activa y el sexo. El porcentaje de autónomas es menor y, en cambio, aumenta el de las ayudas familiares. Este valor es especialmente elevado en Sidi Ifni, donde supone el 38,7% de las activas.

El nivel de desarrollo humano de la población es algo mayor que los valores promedios del conjunto del reino de Marruecos. El índice regional de desarrollo humano se sitúa en 0,729 frente a 0,672 en el conjunto del estado y la tasa de pobreza es del 6,5%, frente al 10% como promedio en Marruecos (ver figura 9)

Figura 9. Tasa de la pobreza en 2007



Fuente: Commission Consultative de la Régionalisation – Atlas Cartographie, 2012.

Asimismo, la tasa de acceso de los habitantes a la electricidad (84% frente al 70% nacional), agua potable (69% frente al 55% nacional) o el nivel de saneamiento urbano sitúan al área “entre las mejores zonas de Marruecos”, según la estadística oficial. Esta relativa buena situación es el resultado de las políticas de inversión pública y subsidiación llevadas a cabo por el gobierno de Marruecos en los últimos lustros.

Las condiciones infraestructurales de la vivienda, aunque han ido mejorando, no responden a los estándares occidentales en muchos casos. La casa marroquí tradicional y la vivienda rural son los dos tipos de edificios más frecuentes y las principales deficiencias infraestructurales son la ausencia de agua corriente (sólo la tiene el 52,4% en Sidi Ifni, como valor más bajo) y la del baño, presente entre el 29,5% en esta provincia y el 51,4% en Guelmim. En las zonas rurales, las condiciones de las viviendas son peores.

En otro orden de cosas, aunque se empieza a apreciar un mayor desarrollo de la sociedad civil y un mayor interés de la población en la vida pública y la gobernabilidad,

lo cierto es que el nivel de implicación social y política de la población nos habla de una sociedad sin estructuras sociales modernas y desafectada en el ejercicio de su capacidad de gobierno. Las estructuras familiares y tribales son las que organizan el tejido social.

Las características demográficas y socio-económicas que se acaban de esbozar han motivado que en el informe de 2011 del Consejo Económico, Social y Ambiental de Marruecos-CESA (la llamada Carta Social) se establezca la necesidad de generar nuevas sinergias sociales como estrategia para un desarrollo sostenible en la zona. En concreto, el informe establece seis objetivos básicos en su propuesta de intervención social:

- Garantizar el acceso a los derechos y servicios básicos y promover el bienestar social.
- Desarrollar el conocimiento, la educación y la cultura.
- Actuar preventivamente contra la marginación y promover la inclusión y la solidaridad.
- Mejorar el diálogo social y los partenariados para el progreso. Promover la iniciativa privada.
- Proteger el medio ambiente e impulsar la economía verde.
- Consolidar la gobernanza responsable y reforzar la democracia social.

Por lo tanto, el contexto social y la gobernanza de las provincias del sur no han favorecido ni la aparición de una cultura del desarrollo compartida en la región que suponga una fuerte implicación de los actores interesados ni a aplicación de unas políticas públicas comprometidas con el desarrollo social sostenible.

## **5- El desarrollo turístico**

El turismo ocupa un lugar destacado en el desarrollo económico y social regional. Constituye una importante fuente de divisas y produce efectos positivos sobre otros sectores. Ciertamente, en especial la región de Guelmim-Oued Noun ofrece a día de hoy una variada gama de tipos de turismo, aunque en una etapa temprana de desarrollo: turismo de balneario en las playas, turismo cultural en toda la zona y turismo de aventura en el desierto y en los oasis.

Esta incipiente actividad se sustenta en valiosos recursos territoriales y en la existencia de cierta infraestructura turística. Entre los primeros cabe reconocer enclaves tanto de carácter natural como cultural, de gran potencialidad turística como las playas de Sidi Ifni, Tan-Tan y Tarfaya; la laguna de Khenifiss, los Oasis de Asrir y Tighmert, la casa-mar de Tarfaya...La infraestructura turística ha evolucionado significativamente, contando la región con un número modesto de establecimientos turísticos de alojamiento y de prestación de servicios.

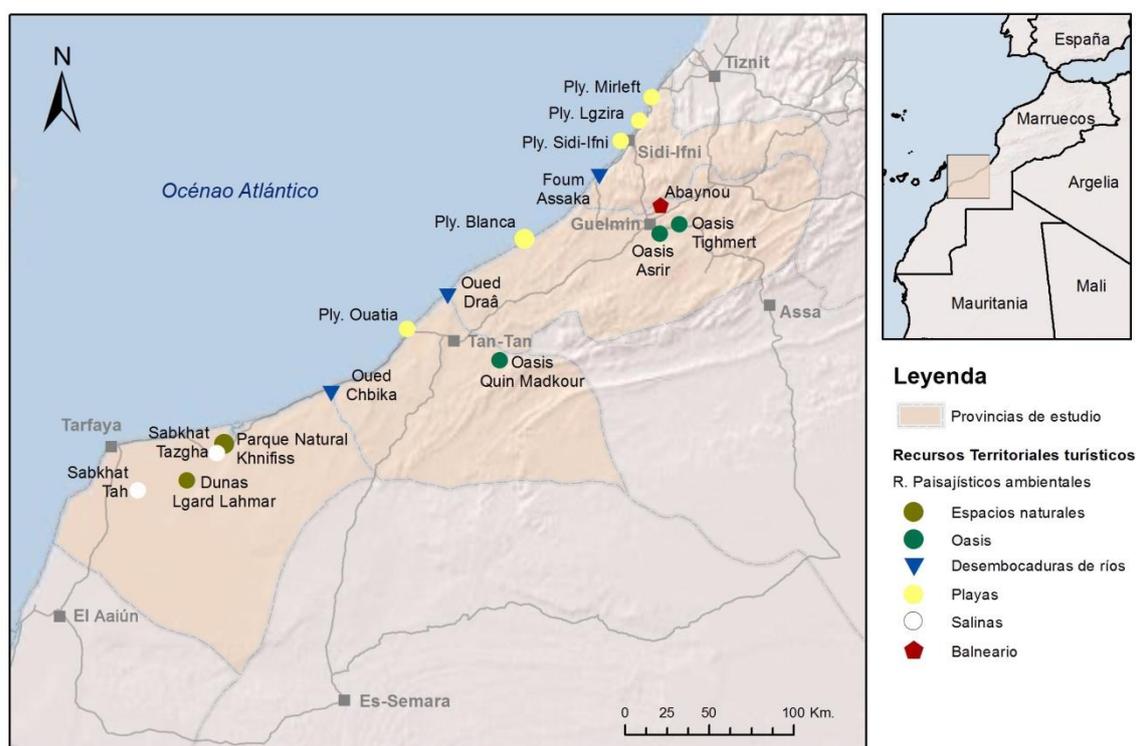
Dado que el desarrollo del producto turístico se basa en la existencia de recursos territoriales, infraestructuras, equipamientos y servicios turísticos, cabe esperar, que las cuatro provincias jueguen un papel más destacado, máxime si tenemos en cuenta que tiene una ubicación estratégica, cercana a dos grandes polos de atracción turística, Agadir y Canarias.

#### 5.1. Los recursos territoriales turísticos de la zona

La zona de estudio presenta recursos territoriales lo suficientemente variados y ricos como para permitir el desarrollo de cierta actividad turística en su entorno. De hecho, todo el área alberga un rico patrimonio cultural y natural herencia de situarse en la encrucijada entre dos culturas importantes (Amazigh y Hassaniya) y preservar restos de su pasado histórico colonial, al mismo tiempo que está considerada la puerta occidental del desierto del Sahara.

Entre los recursos paisajísticos ambientales el paisaje desértico, en ocasiones de carácter dunar, las ramblas y en especial sus desembocaduras, los oasis en el interior y las zonas lacustres son los elementos a destacar. El Parque Nacional de Khenifiss, declarado en 2006 para proteger los humedales y el paisaje dunar de esta zona, es posiblemente el elemento más significativo. Los recursos termales tienen cierta potencialidad.

Figura 10. Recursos paisajísticos ambientales

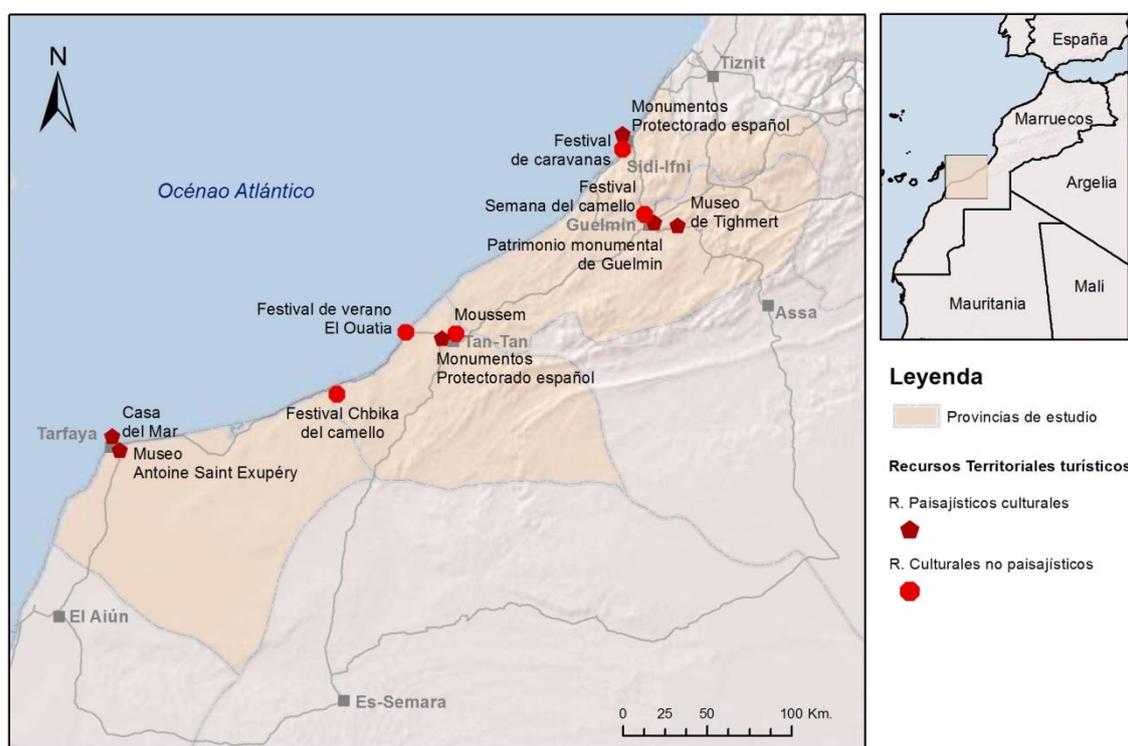


Fuente: elaboración propia

Los recursos paisajísticos culturales, aunque de menor importancia, no pueden ser despreciados. En especial debiera destacarse, debido a su significación en el mercado turístico español, el legado arquitectónico colonial, pero también tiene gran importancia los yacimientos arqueológicos de petroglifos, algunos descubiertos recientemente.

Por último, la zona presenta un valioso legado cultural no paisajístico, sustentado en el desarrollo de una importante labor de artesanía, gastronomía, fiestas tradicionales, modo de vida nómada y recursos específicos como EL Moussem de Tan-Tan, la reunión de las tribus nómadas de la región con el fin tradicional de encontrarse, intercambiar alimentos y otros productos, organizar concursos de crianza de dromedarios y caballos o celebrar bodas. Este evento de tanta significación en la vida de las tribus del desierto ha sido declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

Figura 11. Recursos paisajísticos culturales y culturales no paisajísticos



Fuente: elaboración propia

Todo ello está en la punta de mira de la política turística marroquí, que está interesada en centrar sus esfuerzos y dinero en desarrollar un turismo de balneario en la zona al mismo tiempo que impulsar un turismo exótico y activo en la zona, potenciando una oferta experiencial mediante la estancia en *jaimas* (tiendas), la visita a yacimientos arqueológicos, la degustación de productos locales y de la gastronomía y el disfrute de aguas termales, como elemento complementario e identitario de la oferta futura.

Este hecho puede provocar que Los recursos naturales y culturales de la región se vean afectados. En lo que se refiere a los espacios naturales, es necesario tomar medidas de conservación preferentemente en algunos espacios, como:

- Los oasis. Estos son espacios de vida tradicional y de atracción turística, por su agricultura, su paisaje y su patrimonio arquitectónico y cultural. Su

conservación debe ser una de las prioridades de cualquier planificación turística.

- Las lagunas litorales y desembocaduras de los ríos. Están reconocidos como sitios de gran valor ecológico que no deben ser perturbados por los cambios que pueden causar la realización y el desarrollo de los proyectos turísticos.
- Las zonas desérticas. El desierto y los campos de dunas son espacios muy sensibles desde el punto de vista ambiental y paisajístico.
- Los Sitios de interés biológico y ecológico (SIBE). Estas unidades, de gran importancia ambiental, están claramente amenazadas por la proximidad de los megaproyectos turísticos que se están realizando o se va a ejecutar en la zona (Foum Assaka-Playa Blanca, Foum Draâ, Foum Chbika son los mejores ejemplos).

Tabla 8. Recursos Territoriales Turísticos de la zona de estudio

Provincias	Recursos paisajísticos ambientales	Recursos paisajísticos culturales	Recursos culturales no paisajísticos
<b>Tarfaya</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Parque nacional de Khenifiss</li> <li>● Sabkhas(Salinas): Sabkhat Tazgha y Sabkhat Tah</li> <li>● Dunas: Lgard Lahmar</li> <li>● Desembocadura de río : Oued Alouar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monumento de Casamar</li> <li>● Museo de Antoine Saint Exupéry</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rally Toulouse - Saint Louis de Senegal</li> <li>● Festival Tarfaya - Cabo Joby</li> </ul>
<b>Tan-Tan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Playa del Ouatia</li> <li>● Desembocaduras de ríos : Oued Chbika, Oued Ama Fatma y Oued Draâ</li> <li>● Oasis de Ouin Madkour</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monumentos del antiguo protectorado español</li> <li>● Petroglifos: Kalb, Oued Azker, Oued Aslek, Amhet, Achkik Tasmimt y Oued Taleh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El Mousseem de Tan- Tan, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad UNESCO</li> <li>● Festival de verano, Ouatia</li> <li>● Festival de camello, Chbika</li> <li>● Festival Ouin Madkour</li> </ul>
<b>Guelmim</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Playa Blanca</li> <li>● Desembocadura Fom Assaka</li> <li>● Oasis de Asrir</li> <li>● Oasis Tighmert</li> <li>● Balneario termal Abaynou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Patrimonio histórico y monumental (kasba, casas)</li> <li>● Museos en Tighmert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Productos de platería, tejido, cuero...</li> <li>● Festival “Semana de camello”</li> <li>● Festival de Tighmert</li> <li>● Vida en el desierto</li> </ul>
<b>Sidi Ifni</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Playa de Sidi Ifni</li> <li>● Playa de Mirleft</li> <li>● Playa de Lgzira</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Monumentos del antiguo protectorado español (iglesia, casas, edificios, jardines...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Festival de caravanas Sidi Ifni</li> <li>● Productos de cactus, Argán...</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## 5.2. La infraestructura turística

Las cuatro provincias tienen una capacidad alojativa muy reducida, unas 2.064 camas en 967 unidades alojativas o habitaciones en 2014, lo que representaba sólo el 2% de las habitaciones y el 1% de las camas del país. La mayor parte de la oferta era hotelera, pero también encontramos casas rurales, villas, casas de huéspedes, residencias, albergues y campings. Los establecimientos hoteleros son en su mayoría de baja categoría. Solo un número reducido de hoteles alcanzan las tres estrellas (30,3% de las habitaciones hoteleras). La oferta no tiene establecimientos de alta categoría, aunque recientemente se ha abierto un hotel de cuatro estrellas a la afueras de Guelmim (Oasis Palm Hotel).

Tabla 9. Número de habitaciones turísticas (arriba) y plazas (abajo) en las cuatro provincias, 2014

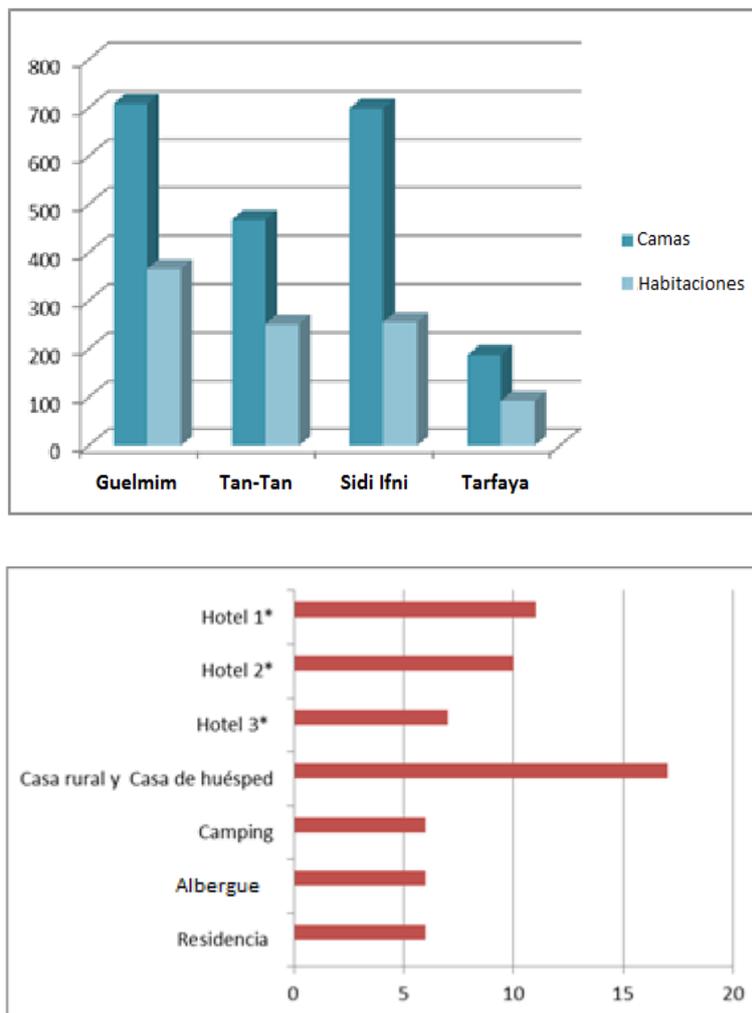
Provincias	Residencia	Albergue	Camping	Casas	Hotel			Total
					3*	2*	1*	
<b>Guelmim</b>	9	20	30	75	97	23	112	<b>366</b>
<b>Tan-Tan</b>	27	3	-	23	19	110	70	<b>252</b>
<b>Sidi Ifni</b>		16	139	16	30	40	15	<b>256</b>
<b>Tarfaya</b>	18	8	10	-	28	22	7	<b>93</b>
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>47</b>	<b>179</b>	<b>114</b>	<b>174</b>	<b>195</b>	<b>204</b>	<b>967</b>

Provincias	Residencia	Albergue	Camping	Casas	Hotel			Total
					3*	2*	1*	
<b>Guelmim</b>	18	44	65	184	200	28	170	<b>709</b>
<b>Tan-Tan</b>	56	12	-	46	34	221	99	<b>468</b>
<b>Sidi Ifni</b>		67	320	120	75	82	35	<b>699</b>
<b>Tarfaya</b>	32	32	20	-	50	42	12	<b>188</b>
<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>155</b>	<b>405</b>	<b>350</b>	<b>359</b>	<b>373</b>	<b>316</b>	<b>2064</b>

Fuente: Elaboración propia en base a delegación provincial de turismo de Guelmim y las monografías de las provincias, 2015

En términos comparativos, Guelmim y Sidi Ifni son las que tiene un mayor número de camas y habitaciones, teniendo además la oferta con más categoría. Tarfaya destaca por su escasa oferta de alojamiento. A pesar del bajo número de camas, las capacidades clasificadas se han incrementado en los últimos 10 años registrando un crecimiento medio anual del 9%. La mayoría de las camas que se han creado corresponden con hoteles de una y dos estrellas (44%), que junto a las casas de huéspedes y rurales son los establecimientos más abundantes.

Figura 12. Capacidad alojativa clasificada según provincias (arriba) y número de establecimientos según categoría (abajo)



Fuente: Elaboración propia a base del Consejo Regional de Turismo de Guelmim.

Buena parte de los establecimientos, al menos los clasificados, están regentados o se abrieron por extranjeros, sobre todo franceses, españoles y alemanes. Se caracterizan por su reducido tamaño, siendo gestionados por empresas familiares o sociedades locales. Muchos de ellos ofrecen un producto basado en el exotismo, la cultura material e inmaterial local, el contacto directo con los propietarios y la comunidad.

Dada la escasez de datos sobre la situación del sector turístico en la zona de estudio, recurriremos a la encuesta que hemos realizado entre los emprendedores de negocios turísticos de alojamiento y restauración (y en menor medida agencias de viaje, guías turísticos y museos) para trazar un panorama más completo de la actividad turística actual. La encuesta se ciñó exclusivamente a pequeños negocios, mayoritariamente en el ámbito rural, dado que el turismo comunitario suele basarse en una estructura productiva de pequeñas y medianas unidades. No obstante, hay que advertir que la presencia de establecimientos de mayor tamaño es muy reducida.

En términos generales, el desarrollo de la actividad turística presenta obstáculos de todo tipo a juicio de los encuestados. Estos consideran que las infraestructuras y equipamientos de sus negocios no son las adecuadas y tienen problemas de comercialización, con la formación de los trabajadores, el uso de tecnologías de la información y comunicación y la gestión interna. A decir verdad, sobre ninguno de los aspectos sobre los que se les preguntó manifiestan una situación plenamente satisfactoria, pero al mismo tiempo, sus respuestas no enfocan la problemática de sus negocios en un número reducido de causas. En otras palabras, hay margen para la mejora en infraestructuras, gestión, formación, comercialización y nuevas tecnologías, a juicio de los encuestados.

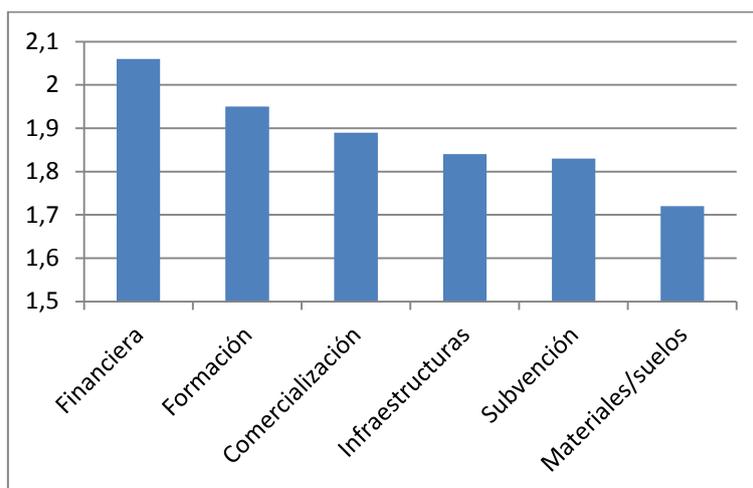
En esta misma línea, se les preguntó sobre los principales problemas de su actividad productiva. Estos son la dificultad para acceder a financiación externa (3,22 sobre 5, en una escala Likert en la que 5 sería el valor de máxima dificultad) y en menor medida, la promoción y comercialización del producto. Paradójicamente, no creen que sea destacable la dificultad para encontrar trabajadores cualificados, posiblemente porque se trata de unidades productivas de reducido tamaño y no creen que los negocios en la zona tengan especiales problemas de rentabilidad.

El modelo de promoción predominante se basa, cuando existe, ya que la mayoría declara no mantener ningún modelo en la actualidad, en la gestión de redes sociales o el mantenimiento de una página web propia (en estos dos casos, los valores oscilan entre 4,3 y 4,1). Con valores inferiores se menciona la impresión y distribución de material impreso, el uso de correos electrónicos o similares y la publicación de anuncios en internet. Se trata, por tanto, de las opciones más económicas y que permiten una mayor autogestión. La encuesta revela el escaso uso de anuncios en otros medios de comunicación como prensa escrita, revistas y guías especializadas, radio o televisión, la asistencia a ferias y eventos o el uso de técnicas innovadoras como aquellas encaminadas a la optimización en redes sociales. En síntesis, el marketing, cuando se hace, es producto de una estructura productiva poco capitalizada y con un relativamente bajo nivel de profesionalización.

El modelo de comercialización predominante se basa en el contacto directo con el cliente, pudiéndose afirmar que es un modelo con un alto nivel de informalidad. El turista suele contactar directamente con el establecimiento, bien telefónicamente, bien a través de la web o el correo electrónico o se presenta en persona en el negocio. Sólo una parte reducida comercializa su actividad a través de agencias online (por ejemplo, sólo 21 establecimientos alojativos se comercializa a través de la agencia de referencia en España, Booking), centrales de reserva, tour-operadores y agencias tradicionales. Otros modelos como infomediarios o sistema GDS tienen una menor presencia.

En general se trata de negocios con un bajo nivel de capitalización y de tamaño reducido. Las ayudas públicas no son suficientes para mejorar el modelo de negocio, a tenor de lo que declaran los encuestados. Los propietarios de establecimientos turísticos declaran que no reciben ayudas del Gobierno de Marruecos, especialmente subvenciones directas, que son muy escasas (1,83), así como las ayudas para la construcción/renovación en materiales y suelo (1,72).

Figura 13. Conformidad con las ayudas públicas recibidas según tipo

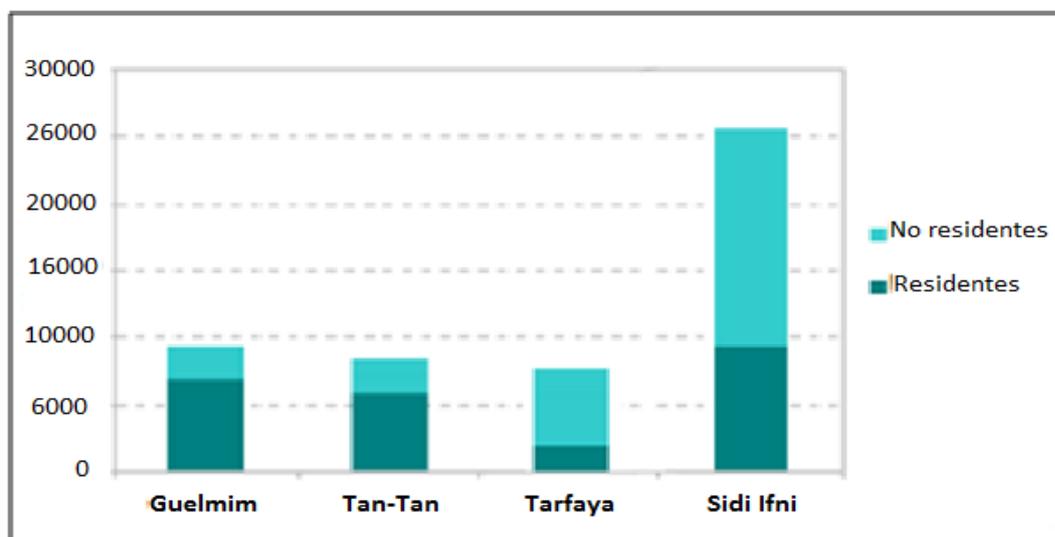


Fuente: Elaboración propia. Encuesta a empresarios turísticos, 2015.

### 5.3. El perfil de los turistas

La zona recibe aún un número reducido de turistas. Sidi Ifni es la provincia que recibe un mayor número (más de 25.000 en 2012). Sin embargo, estos datos no son objeto exacto de análisis, ya que se incluyen también las provincias vecinas. Tras Sidi Ifni, Guelmim es la provincia más visitada, seguida Tan-Tan y Tarfaya. Hay un equilibrio entre turismo interior y proveniente del extranjero.

Figura 14. Turistas llegados a la zona de estudio en 2012



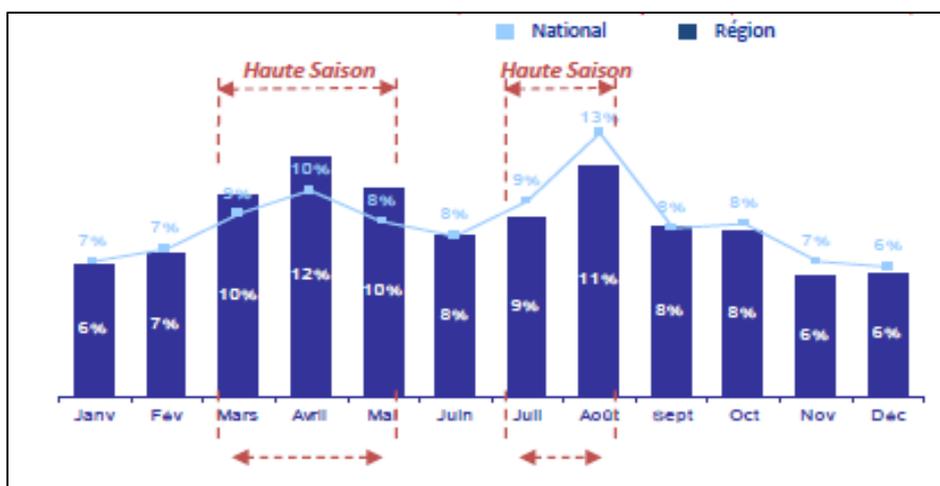
Fuente: Proyecto SIT AL MAGRIB, 2012.

En relación con el turismo exterior, destaca el número de visitantes procedente de Francia (41% de las pernoctaciones) y España (13%), seguidos por alemanes y británicos (5%, cada uno) e italianos (3%), según la Delegación Provincial de Turismo de Guelmim.

La región muestra una de las tasas de ocupación promedio más bajas de Marruecos (15%), significativamente inferior a la media nacional (44%). De igual modo, la duración media de la estancia es muy reducida, con un promedio de 1,35 días por destino en 2010, a pesar de la excelente situación geográfica del área y su potencial balneario. Además, desde el año 2000, la estancia promedio no ha crecido. En ese año era de 1,57. El promedio nacional era de 3,04 en 2010, según el Programa Regional (CPR, 2011-2020) del Ministerio de Turismo.

La estacionalidad en 2012 estaba poco marcada, con dos estaciones altas de marzo a mayo y de julio a agosto. En el primer caso, el turismo exterior está más representado. El máximo veraniego se vincula con el turismo interior.

Figura 15. Estacionalidad en la zona de estudio y en el conjunto del país

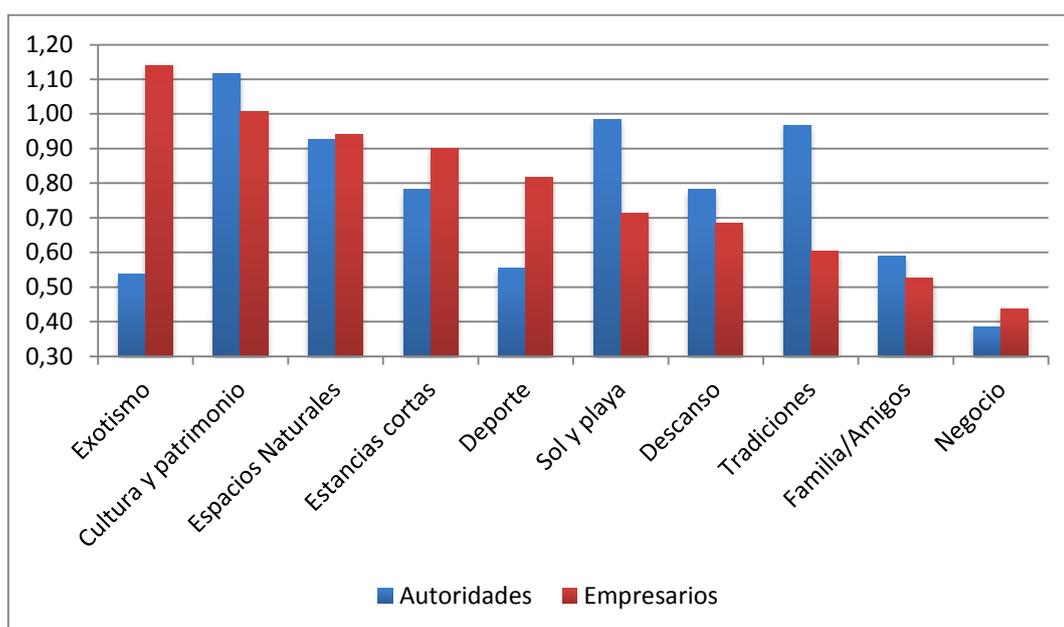


Fuente: Société Marocaine d'Ingénierie Touristique, 2011.

En relaci3n con motivaci3n de visita a la zona, tanto los empresarios encuestados como las autoridades que han participado en la encuesta que hemos llevado

a cabo destacan el contacto con la cultura y el patrimonio y la visita a espacios naturales como principales factores para el viaje. Seguramente las visitas por negocio o a familiares y amigos son reseñadas de modo minoritario en ambas encuestas cuando es posible que esto no sea así, ya que estarán infrarrepresentadas en el uso de infraestructuras de alojamiento turístico en coherencia con un modelo económico basado en agentes locales y con una fuerte presencia de modelos familiares de acogida. Salvo estos elementos comunes, la percepción que tienen ambos grupos sobre las motivaciones de visita tiene importantes diferencias. Los empresarios destacan el exotismo como elemento fundamental de la motivación, mientras las autoridades declaran que las tradiciones y el disfrute del buen tiempo y la playa son motivos de gran importancia. Se pueden apreciar estas discrepancias en la figura 16 en el que aparecen las valoraciones estandarizadas para una mejor comparación.

Figura 16. Motivaciones para la visita a la zona según colectivo encuestado

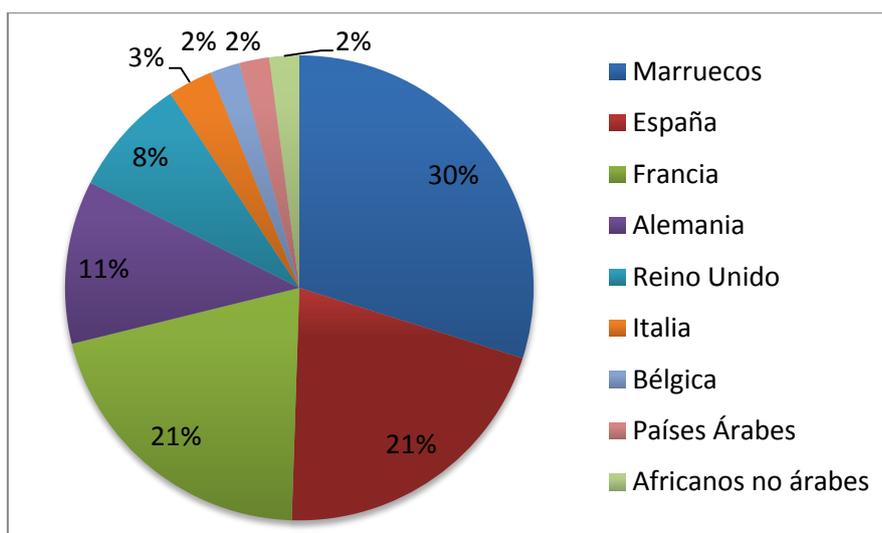


Fuente: Elaboración propia. Encuesta a empresarios y autoridades.

En cualquier caso, y obviando las diferencias que aparecen, podemos concluir que la cultura, el patrimonio y los espacios naturales ya están creando hoy en día ciertos flujos turísticos que se dirigen hacia la zona.

El colectivo de turistas que visitan la zona con la motivación de conocer la cultura, el patrimonio y los espacios naturales está compuesto por población de nacionalidad marroquí (30%), repartido entre residentes (55%) y no residentes en el país (44%), y mayoritariamente por población extranjera, procedentes de España, Francia Alemania y Reino Unido. Esta sobrepresencia de extranjeros es una peculiaridad en relación con el panorama general descrito anteriormente. Es más, este flujo turístico procede en su mayor parte desde el extranjero, ya que si contabilizamos los de nacionalidad extranjera con los marroquíes que residen fuera de su país, en torno al 80% de los turistas proceden del exterior. Por idioma del visitante, el francés, el árabe y el español son los más frecuentes (ver figura 17).

Figura 17. Procedencia de los turistas que visitan la zona para conocer su patrimonio, cultura y espacios naturales

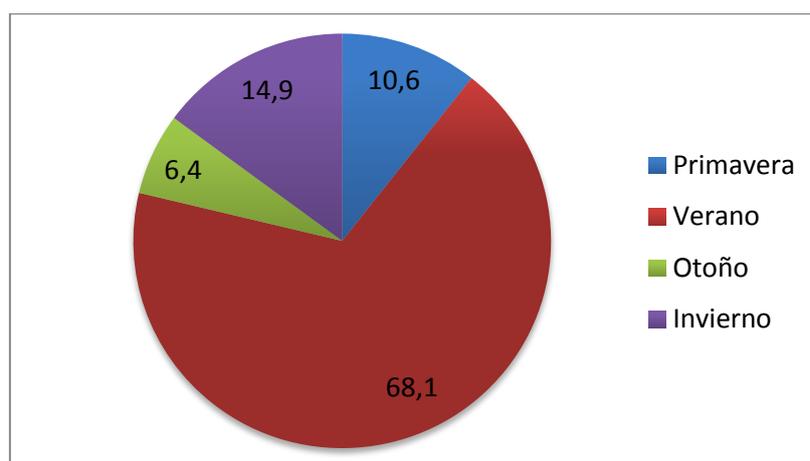


Fuente: Elaboración propia. Encuesta, 2015.

En cuanto a la edad de los turistas, la mitad de ellos tienen edades comprendidas entre 31 y 45 años, siendo el segundo grupo etario predominante el situado entre 45 y 65 años. Por tanto, algo más del 80% de los turistas tienen edades comprendidas entre 30 y 65. Estamos ante un perfil eminentemente adulto, lo que se ratifica con la manera en que se viaja. La mayor parte de los visitantes viajan solos, en pareja o con amigos, especialmente entre los extranjeros. Entre los marroquíes residentes ganan peso los grupos familiares.

La duración de la estancia en la zona es corta. El 76% de los turistas permanecen de 1 a 3 días en el alojamiento. Menos del 10% permanecen 7 o más día en el área. No hay disparidades significativas entre extranjeros, marroquíes residentes en Marruecos y no residentes. El 75% de empresarios encuestados asocian alguna estación para cada uno de los tres grandes grupos de visitantes. En general suelen visitar la zona en verano (68% de los turistas), a mucha distancia del invierno y la primavera, que son las estaciones secundarias. El otoño es la temporada en que se recibe un menor número de visitantes. Entre los extranjeros tiene gran relevancia, además del verano, el invierno, comportándose las estaciones intermedias como temporada baja. Entre los marroquíes, el invierno es la época con un menor número de visitas. Estos segmentos se concentran especialmente en el verano.

Figura 18. Estacionalidad de los turistas que visitan la zona para conocer su patrimonio, cultura y espacios naturales



Fuente: Elaboración propia. Encuesta, 2015.

En síntesis, por el número, la escasa tasa de ocupación, la duración de la estancia en destino y uso de infraestructuras de alojamiento no regladas, el turismo en la zona está aún en una fase incipiente y el sector tiene dificultades serias para mantener la rentabilidad de los negocios, a pesar de que la estacionalidad es poco acusada. Este panorama cambiará en los próximos años en la medida en que se ejecuten los proyectos turísticos de balnearios previstos.

Debe destacarse la existencia de flujos internacionales vinculados al disfrute de la cultura y de los espacios naturales, lo que unido a sus recursos territoriales podría conllevar un desarrollo futuro de formas turísticas alternativas.

## **6- Evaluación de ventajas e inconvenientes para el desarrollo turístico**

En la siguiente tabla se sintetizan algunas de las fortalezas y debilidades de la zona para el desarrollo turístico, las amenazas exteriores e interiores que puede generar y las oportunidades que ofrece en el contexto del mercado exterior y del marco sociopolítico. Se observa que estamos ante un panorama con claras oportunidades y una zona con fortalezas suficientes como para un crecimiento de la actividad turística. No obstante, son muchos los elementos a mejorar para que el turismo se convierta en un elemento clave de desarrollo regional y social en la zona y las incertidumbres que parecen dibujarse en el horizonte.

La región se enfrenta a serias amenazas que pesan sobre su equilibrio territorial: la destrucción de la cubierta vegetal, que conducen a la desertización y refuerzan la erosión, la degradación del medio ambiente, directamente vinculada a la presencia y la actividad humana, corre el riesgo, en algunas zonas, de comprometer la actividad agrícola y ganadera, la pérdida de los conocimientos ancestrales por la falta de valorización del patrimonio cultural vivo, la degradación del patrimonio arquitectónico y arqueológico o la poca atención dedicada a la dimensión cultural en los proyectos de desarrollo.

Al mismo tiempo, el futuro de la región debe, vincularse a un modelo de desarrollo en un marco más amplio y no exclusivamente dentro de los estrictos límites urbanos. Esto pasa por la mejora de las vías de comunicación. El refuerzo de la red de carreteras constituye un factor determinante de desarrollo de la economía regional, así como un medio de poner en contacto el medio rural con el urbano, facilitando relaciones más rápidas y regulares. El desarrollo rural es prioritario.

Tabla 10. Análisis DAFO de la zona de estudio

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Paisajes naturales</li> <li>✓ Cultura autóctona</li> <li>✓ Combinación de dos atractivos turísticos: litoral y desértico</li> <li>✓ Interés y el entusiasmo de los actores locales para el desarrollo del turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Zona poco conocida</li> <li>✓ Poca capacidad de alojamiento</li> <li>✓ Falta de los alojamientos de calidad</li> <li>✓ Falta de renovación de los alojamientos</li> <li>✓ Infraestructuras inadecuadas</li> <li>✓ Escasez de recursos hídricos</li> <li>✓ Áreas naturales mal conservadas</li> <li>✓ Falta de trabajadores cualificados</li> <li>✓ Falta de guías oficiales</li> <li>✓ Falta de cultura empresarial</li> <li>✓ Poca conciencia ciudadana sobre el modelo económico a desarrollar</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cercanía de dos polos turísticos: Agadir e Islas Canarias.</li> <li>✓ Cercanía a los mercados emisores europeos</li> <li>✓ Crecimiento de los turistas experienciales y con sensibilidad ambiental.</li> <li>✓ Aumento del turista con motivación deportiva</li> <li>✓ Desarrollo de agencias de viajes y emprendimiento social interesados en desarrollar un producto sostenible en la zona</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Los efectos indirectos del islamismo radical y del terrorismo</li> <li>✓ El conflicto saharauí</li> <li>✓ Otras zonas similares están mejor preparadas para el turismo</li> <li>✓ Intereses internacionales y exógenos en la zona por un crecimiento masivo y rápido</li> <li>✓ La destrucción ambiental y la pérdida de identidad cultural</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

La gran desventaja de esta región radica en la escasez de recursos hidráulicos. Las disponibilidades en agua condicionan no sólo el desarrollo de la agricultura, sino también el de los otros sectores productivos, así como la posibilidad de cubrir las necesidades del consumo humano, tanto en el medio urbano como en el rural. A ello se suma la debilidad y baja calidad de las infraestructuras turísticas y el estigma que podría acarrear el desarrollo de actuaciones terroristas de corte islamista y un agravamiento del conflicto saharauí.

## CAPÍTULO IV. LA POLITICA TURÍSTICA DE MARRUECOS

---

## 1- Introducción

En este capítulo se presenta la política turística marroquí iniciada a partir del año 2000 con la aprobación de las Visión 2010 y Visión 2020. La presentación se realiza desde dos escalas de análisis: la estatal y la regional, por lo que en el segundo epígrafe nos centraremos en el caso concreto de las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra.

El turismo en Marruecos arrancó como opción estratégica de desarrollo en 1965, año en que se creó el Ministerio de Turismo. Las primeras actuaciones se centraron en la consolidación de los grandes circuitos internacionales vinculados a las ciudades imperiales, con cierto desarrollo minoritario del turismo de aventura en los paisajes desérticos del sur y en el Atlas. Desde los ochenta se inició el proceso de explotación turística masiva de sus costas, concentrándose las actuaciones en enclaves concretos (Tánger, Al-Hoceima, Restinga Smir y Agadir) (López, Arcila y Chica, 2012)

Tras el importante desarrollo de la actividad turística en Marruecos en la década de los ochenta, el sector no progresó como se esperaba en la siguiente década. Con objeto de desarrollar las actividades turísticas y explotar sus potencialidades, Marruecos aprobó en 2001 un ambicioso Acuerdo-Marco conocido como “Visión 2010” que luego tendría su continuación en la “Visión 2020”. Ambos acuerdos, sobre la base de una coordinación entre los actores públicos y privados del sector, pretendían llegar a situar al país entre los mejores destinos turísticos del mundo (El Azyzy, 2013).

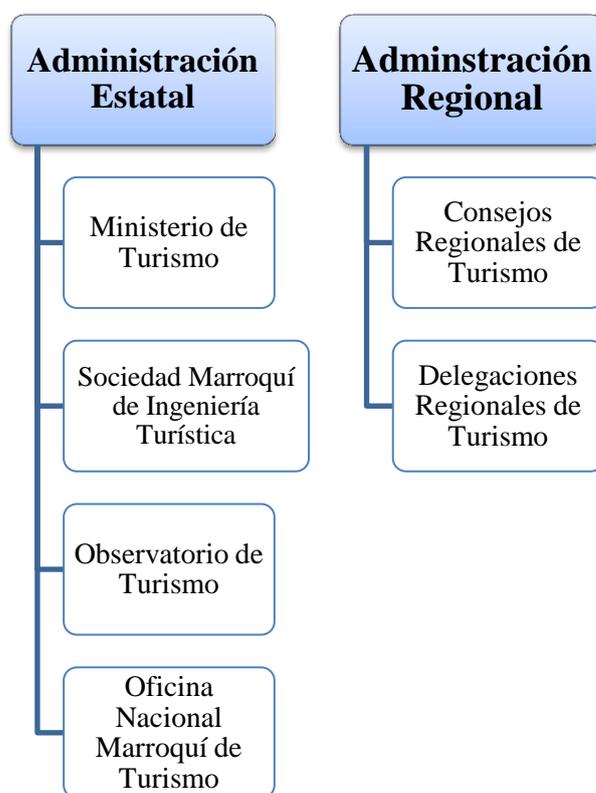
## 2- La política turística a nivel estatal

Antes de empezar con el análisis de ambos programas marcos, es necesario señalar la estructura administrativa que se ha desarrollado en Marruecos con el fin de gestionar la actividad turística, tanto a nivel nacional como regional y local (Figura 19). A escala estatal, el organigrama político-administrativo se estructura en torno al Ministerio de Turismo, del cual dependen varios organismos con funciones en el sector: la Sociedad Marroquí de Ingeniería Turística (SMIT) centrada en la planificación de productos, elaboración de estudios de mercado y la promoción para inversores; el Observatorio de Turismo que entre otras funciones realiza el seguimiento de los

Acuerdos-Marco y la Oficina Marroquí de Turismo orientada a la promoción y comercialización exterior, además de tener también competencias en el desarrollo de productos turísticos.

A escala regional y provincial el principal organismo es el Consejo Regional de Turismo (CRT) orientado a la investigación, apoyo y promoción de la actividad turística en su respectiva jurisdicción. A ello se suma la Delegación Regional y Provincial de Turismo, máximo representante del Ministerio de Turismo a ambas escalas.

Figura 19. Agentes públicos relacionados con la organización y promoción del turismo en Marruecos



Fuente: elaboración propia

La Visión 2010 se aprobó con el inicio del milenio con el objetivo de ampliar el número de alojamientos y de llegadas y mejorar la calidad alojativa y del servicio turístico, al mismo tiempo que apostaba por un desarrollo turístico más equilibrado territorialmente y diversificado desde el punto de vista productivo (Chahine, 2016). El

desarrollo turístico que se pretendía debía ser capaz de potenciar la oferta de cada región y que éste sirviera, por tanto, como mecanismo de crecimiento económico regional a la par que se introducían nuevos productos y se captaban nuevos mercados (ver tabla 13).

El crecimiento de las plazas de alojamiento se intentaba conseguir a través del incremento de la capacidad en los destinos consolidados (Tetuán, Agadir, Tánger) y de la construcción de ocho nuevos destinos o resorts balnearios repartidos por todo el país, dentro de una acción planificada desde las instancias estatales, el Plan Azur. Este Plan perseguía que se generase una oferta costera de carácter masivo que fuera competitiva a nivel internacional. De hecho se pretendía que el 75% de la oferta alojativa marroquí fuera de balneario, el resto urbana-cultural. Mediante el Plan Azur se preveía construir en el norte del país tres nuevos resorts: el complejo de Tamuda Bay en M'diq-Fnideq, en Tetuán, el complejo Lixus en Larache y el de Saidia Raslma en Berkane. En el centro de Marruecos los complejos de Mazagan en El Jadida y Mogador en Essaouira. En el sur los de Taghazout en Agadir y Plage Blanche en Guelmim. Junto a estas zonas se añadieron otras seis de menor tamaño con el paso de la primera década del presente siglo; seis nuevos polos turísticos, en general de menor tamaño, especializados en otros sectores, entre las cuales destaca Oued Chbika en Tan-Tan.<sup>2</sup>

El Plan Azur se articuló a través de un sistema de partenariado -colaboración-público-privado (PPP)<sup>3</sup> en el que la inversión pública se canalizaba a través de las ayudas del Fondo Hansan II para el desarrollo económico y social<sup>4</sup>.

Estos complejos están ligados a la pretensión de incrementar sustancialmente el número de turistas, de 4,2 millones en el año 2000, a diez en 2010. Este incremento supondría atraer un número más elevado de turistas internacionales (hasta 7 millones), para lo que se quería abrir el espacio aéreo con la Unión Europea (mejorar el acceso aéreo) y liberalizarlo de tal manera que el precio de los paquetes turísticos fuera menor

---

<sup>2</sup> En concreto, Smir y Laguna Smir, Cala Iris (Al Hoceima), Mansour Lake City (Ouarzazate), Tifnit (Agadir) y Dajla.

<sup>3</sup> Los PPP son instituciones sin ánimo de lucro que operan como colaboradores entre el sector privado y el público local y están legitimados para establecer recargos impositivos sobre los propietarios empresariales de un área específica, con el propósito de poder financiar una serie de servicios públicos complementarios.

<sup>4</sup> Fondo Hassan II para el Desarrollo Económico y Social: es una institución pública, organizado por la ley 36.01, que tiene personalidad jurídica e independencia financiera. Depende directamente del gobierno central. Su cargo principal es dar la ayuda financiera a los programas de vivienda e infraestructuras y a los inversores en los sectores de industria, turismo...

(Acuerdo Open Sky<sup>5</sup>). Se pretendía además desarrollar una campaña de mejora de la imagen del país en los principales destinos emisores, los que se consideraban como estratégicos (Francia, España, Reino Unido y Alemania).

Para potenciar el turismo interior se aprobó un plan específico, el Plan Biladi. Lanzado en 2003, este plan se planteaba que el turismo interior alcanzase los 7 millones en 2010 (5,9 en 2003) para lo que canalizó la actuación en ampliar la oferta alojativa específica (hoteles, apartamentos, apartahoteles y campings) en unas 37.000 camas (a las que se unirían unas 5.000 plazas renovadas) y crear un sistema de tour operación específico mediante licencia pública<sup>6</sup>

La mejora de la calidad alojativa y de la prestación de servicios se pretendía materializar mediante un impulso a la modernización y renovación de las infraestructuras (Plan Renovotel<sup>7</sup>), la mejora en formación profesional (se hablaba de formar a 72.000 nuevos profesionales durante el periodo) y la estandarización de la oferta y de la actuación de los agentes turísticos.

Por último, la diversificación productiva incluía una apuesta por el desarrollo del turismo rural (Planes de Acogida Turística), la consolidación del turismo urbano-cultural en algunos destinos (Marrakech, Ouarzazate, Fès, Meknes, Tánger, Rabat y Casablanca) y los Programas Turístico de Nicho, que suponían el desarrollo de determinados recursos complementarios con el propósito de que favorecieran el sector. Para la diseminación turística a escala regional se elaboraron diversos planes turísticos de desarrollo regional.

En definitiva, se pretendía que el sector generara 80.000 millones de dirhams en 2010 (frente a los 22.000 que ya producía en el año 2000), lo que supondría crear unos 600.000 empleos directos durante la década.

---

<sup>5</sup> Este acuerdo ha supuesto que las compañías de Bajo Coste puedan operar en Marruecos.

<sup>6</sup> Se estableció que la nueva oferta, esencialmente costera, se agruparía en ocho regiones: Gran Casablanca (Sidi Rahal), Marrakech-Tensift- Al Haouz, Tánger-Tétouan (Assilah, Kaa Srass), Sous-Massa-Draâ (Agadir/Immiwadar), Rabat-Salé-Gharb (Moulay Bouselham), Doukkala-Abda (Azemmour/ Lalla Aïcha El Bahria), Fès-Meknès-Ifrane (Ifrane) y Lazzanane. Ninguna intervención al sur de Agadir.

<sup>7</sup> Supone la financiación pública de proyectos de renovación de establecimientos hoteleros, a través de la concesión de créditos por parte de la banca privada y pública.

La activa política turística, lanzada en 2001, y el posicionamiento de Marruecos como un país estable y seguro, comenzó a dar los primeros resultados muy pronto. Desde el año 2002 empezó a crecer de forma ininterrumpida la entrada de turistas al país. En 2006, el país recuperaba los niveles de entrada que había tenido durante la década de los ochenta y en 2010, las llegadas se habían duplicado hasta los 9,2 millones, muy cerca de los 10 millones de turistas previstos en la Visión 2010. Además se conseguía que algo más de la mitad de los turistas fueran extranjeros (53%), potenciándose el turismo interior. La capacidad alojativa creció a un ritmo promedio anual del 6,7%, pasando de las 97.00 camas del año 2001 a las 176.630 de 2010. Los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 6.557 millones de dólares en 2010 (OMT, 2014)

Tabla 11. Objetivos y actuaciones de las Visión 2010 y 2020.

	<b>Visión 2010</b>	<b>Visión 2020</b>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento en el número turistas: 10 millones en 2010</li> <li>- Aumento de la capacidad alojativa (130.000 nuevas camas)</li> <li>- Mejora en la calidad alojativa y en el servicio turístico</li> <li>- Diversificación productiva</li> <li>- Desarrollo turístico regional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento en el número turistas: 20 millones en 2020</li> <li>- Aumento de la capacidad alojativa (200.000 nuevas camas)</li> <li>- Diversificación, diferenciación y sostenibilidad productiva</li> <li>- Aumento de la duración de las estancias</li> <li>- Desarrollo turístico regional</li> </ul>
<b>Actuaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan Biladi: impulso del turismo interno</li> <li>- Plan Azur: construcción de nuevos resorts</li> <li>- Plan Renovotel de la oferta existente</li> <li>- Promoción exterior de la imagen de Marruecos</li> <li>- Plan de modernización y desarrollo de la formación profesional</li> <li>- Liberalización del espacio aéreo entre la Unión Europea y Marruecos (Open Sky)</li> <li>- Programa "Turismo de Nicho"</li> <li>- Planes de Acogida Turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programa Biladi: impulso del turismo interno</li> <li>- Plan Azur: aumento de la capacidad y aceleración del ritmo de construcción.</li> <li>- El Programa "Green-Eco-Desarrollo Sostenible"</li> <li>- Programa "Patrimonio y Herencia"</li> <li>- Programa "Animación y Ocio"</li> <li>- Programa "Nichos con fuerte valor añadido"</li> <li>- Contratos-Programas Regionales</li> <li>- Programa "Visita Marruecos"</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

Diversos factores de carácter internacional (terrorismo, crisis económica, pandemias) provocaron que los resultados quedaran en general por debajo de los propósitos iniciales, motivo por el que en el año 2010 se procede a una revisión de los objetivos y al establecimiento de un nuevo Plan Marco, la Visión 2020.

Los objetivos de la Visión 2020 son similares (ver tabla 11) (Almeida y Chahine, 2016). El crecimiento en la oferta y en la llegada de turistas son los elementos fundamentales. El nuevo Plan pretendía duplicar las cifras de entradas, de tal manera que en el año objetivo se alcanzasen los 20 millones de turistas, algo que se conseguiría duplicando el número de visitantes procedentes de los mercados estratégicos, posicionando al país en los mercados emergentes y triplicando los turistas interiores.

Igualmente, se pretendía incrementar la capacidad de alojamiento, con la creación de 200.000 nuevas camas, con lo que Marruecos estaría entre los veinte mayores destinos receptores de turismo internacional del Mundo. Los ingresos turísticos deberían alcanzar los 140.000 millones de dirhams en 2020 (casi 1.400 millones de euros) y el empleo crecería en 470.000 trabajadores directos e indirectos.

Estos objetivos se pretendían lograr mediante el establecimiento de un Contrato Programa Estatal, que permitiera canalizar las opciones estratégicas. La primera es la del crecimiento de la oferta. El nuevo programa Azur es otra vez el principal instrumento, planificándose la consolidación de la oferta de balneario a través de un incremento en el ritmo de construcción de los proyectos en curso o el aumento de las capacidades existentes en destinos como Agadir, Tánger o El Jadida. De igual modo, el Plan Biladi se potenciaba también.

En segundo lugar, la Visión 2020 apostaba de una manera más decidida por la diversificación del producto turístico. Se quería vincular la oferta con las características naturales y culturales del país, lo que supondría una mayor diferenciación en el mercado global (Programas “2Green-Eco-Desarrollo Sostenible” y “Patrimonio y Herencia”), con la práctica de deportes y actividades de ocio que incidan en el incremento de la duración de la estancia turística (Programa “Animación y Ocio”, orientado al turismo familiar en gran medida) y con los viajes de negocios (Programa “Nichos con fuerte valor añadido”, que planteaba desarrollar el turismo de negocio vinculado al bienestar).

La tercera opción estratégica se dirigió al posicionamiento del país en nuevos mercados, como el escandinavo o el de Oriente Próximo y Medio. A ello se sumaba el objetivo de desarrollar prácticas ambientalmente sostenibles en el sector e impulsar las medidas y actividades de formación.

El elemento más destacado de la Visión 2020 fue la apuesta definitiva por la regionalización, de tal modo que el Contrato Programa Estatal debería materializarse a través de otros de carácter regional. Para ello se definieron ocho regiones turísticas, estableciéndose objetivos y orientaciones estratégicas precisas para cada zona y se crearon las Agencias de Desarrollo Turístico a nivel regional y los Contratos-Programas Regionales (CPR).

Para todo ello se recurrió a una nueva fórmula financiera basada en la participación de fondos soberanos de países amigos a través del Fondo Wessal Capital (Kuwait, Qatar, Bahrein, Arabia Saudí), creándose el Fondo Marroquí de Desarrollo Turístico (FMDT), controlado por una sociedad pública de gestión (Chahine, 2016). La financiación se distribuyó regionalmente.

Los resultados obtenidos hasta 2014 no fueron tan buenos como cabía esperar. En 2014 habían entrado 10,28 millones de turistas, por lo que el logro de veinte millones parecía lejano. No obstante, este dato suponía un incremento del 11% respecto al dato de 2010.

En la tabla 12 se puede observar los turistas que llegaron a Marruecos según nacionalidad, desde el año 2000 hasta el año 2014. Los turistas franceses y españoles fueron los que realizaron el mayor número de pernoctaciones, mientras que los turistas belgas y británicos incrementaron en mayor medida su presencia en términos relativos. Las visitas de los marroquíes residentes en el extranjero (MRE) aumentaron espectacularmente entre el año 2000 y el 2010, pero desde entonces crecieron de una manera más moderada, similar a la de los visitantes extranjeros.

Tabla 12. Llegadas por nacionalidad en los puestos fronterizos

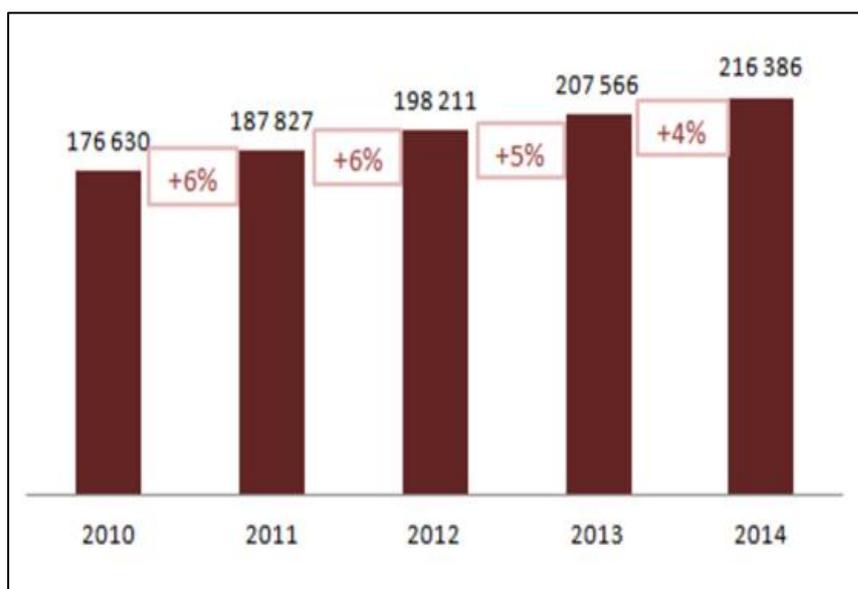
<b>Turistas/Años</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>	<b>2014</b>
<b>Turistas extranjeros</b>	2.325.505	4.910.435	5.437.453
<b>Francia</b>	813.865	1.827.453	1.798.190
<b>España</b>	232.245	726.540	683.761
<b>Reino Unido</b>	137.232	338.060	476.550
<b>Bélgica</b>	79.918	221.371	267.308
<b>Magreb</b>	63.989	155.550	213.675
<b>Alemania</b>	211.039	205.417	255.124
<b>Italia</b>	142.426	233.224	254.209
<b>Holanda</b>	59.436	175.078	191.158
<b>Medio Oriente</b>	67.157	121.635	177.233
<b>Estados Unidos</b>	121.068	135.376	167.267
<b>Escandinavia</b>	77.935	64.322	95.193
<b>Marroquíes no residentes</b>	1.952.615	4.377.903	4.845.491
<b>Total. Receptor</b>	4.278.120	9.288.338	10.282.944

Fuente: Elaboración propia a partir de la web de Ministerio de Turismo Marroquí.

En lo que se refiere a la evolución del número de plazas alojativas, se ha pasado de las 176.630 camas registradas en 2010 a 216.386 en 2014, un espectacular crecimiento promedio del 5,6% anual. A pesar de este dato, el objetivo previsto parece revelarse como excesivamente ambicioso (ver figura 20).

En cualquier caso, en unos quince años el país pasó recibir de 4,2 millones de turistas del exterior a 10,2 millones, un crecimiento global del 143%, al mismo tiempo que las plazas en los alojamientos turísticos pasaron de las 97.000 camas en 2001 a las más de 216.000 en 2014, un aumento del 123%. En algo menos de tres lustros, se había materializado en el país un modelo turístico masivo, similar al que se había desarrollado en las décadas anteriores en las periferias turísticas del Mediterráneo y Canarias, al mismo tiempo que la oferta se estandarizaba a los gustos de los turistas de los principales mercados emisores europeos.

Figura 20. Evolución del número total de plazas en alojamiento turístico en Marruecos



Fuente: Elaboración propia a partir de la web de Ministerio de Turismo Marroquí.

### 3- La política turística a nivel regional

#### 3.1. Características generales

Como acabamos de indicar, desde la aprobación de la Visión 2010, la necesidad de desarrollar una planificación a nivel regional se ha incrementado con el fin de lograr diseminar la actividad turística por todo el país. Sin embargo, será la visión 2020 la que ha apostado por una regionalización clara de la política turística estatal. Este programa dividió el país en 8 grandes regiones turísticas (ver figura 21), cada una con sus objetivos específicos en número de camas, empleo y producción turística, orientando cada zona a un perfil turístico en función de sus potencialidades (tabla 13)

De modo sintético, dos regiones se orientan esencialmente al turismo de balneario (Marruecos Mediterráneo y Sahara Sur Atlántico), otras dos se especializan en un turismo ligado a la naturaleza (Atlas y valles y Gran Sur Atlántico), la cultura diferencia el producto de Marruecos Central, Cabo Norte y Marrakech Atlántico y en la región Centro Atlántico el turismo vinculado a los negocios tiene una gran presencia. El área en el que centra esta tesis se sitúa en la región turística de Sahara Sur Atlántico, en la que se quiere desarrollar un modelo similar al ya implantado en Agadir, de resort

masivo de turismo de balneario, muy ligado a la costa y con la incorporación del desierto como elemento diferenciador.

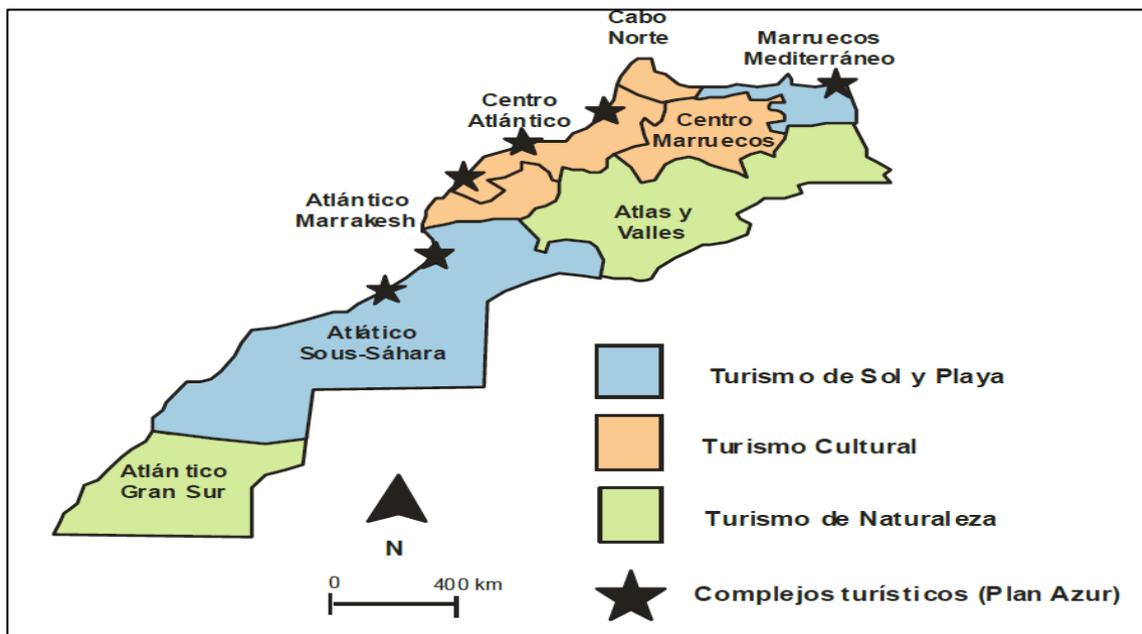
Tabla 13. Regiones turísticas de Marruecos en la Visión 2020

Región	Principales núcleos	Total de turistas (mill)	Turismo interior (turistas, mill)	Orientación estratégica
<b>Cabo Norte</b>	Tánger, Tetuán, Larache	2,7	0,92	Cultura y balneario
<b>Centro Atlántico</b>	Casablanca, Rabat, El Jadida	3,8	0,77	Negocios y entretenimiento
<b>Marrakech Atlántico</b>	Marrakech, Toubkal y Essaouira	3,6	1,4	Cultura, Autenticidad y Exclusividad
<b>Sahara Sur Atlántico</b>	Agadir, Guelmim, Sidi Ifni, Tan-Tan, Tarfaya y El Aaiún	3,9	1,1	Balneario, Clima y Desierto
<b>Gran Sur Atlántico</b>	Dakhla	0,114	0,055	Playas, Naturaleza, Deporte
<b>Marruecos Mediterráneo</b>	Saïdia, Marchica, Cala Iris	0,92	0,34	Balneario, Entretenimiento, Sostenibilidad
<b>Marruecos Central</b>	Fès, Ifrane, Meknès	2,79	0,707	Cultura, Historia, Bienestar
<b>Atlas y valles</b>	Ouazazate, Alto Atlas	1,9	0,388	Ecoturismo, Sostenibilidad

Fuente: Elaboración propia a partir de la Visión 2020

Con el fin de ejecutar las previsiones regionales de la Visión 2020, cada región cuenta con una Agencia de Desarrollo Turístico (ADT) como principal organismo responsable y con un Contrato Programa Regional (CPR, 2011-2020) para vehicular la opción estrategia regional. A escala provincial también se crea una Delegación Provincial de Turismo (DPT). Conjuntamente, las regiones deberían aprobar un SRAT, *Schéma Regional d'Amenagement du Territoire* (Programa Regional de Ordenación Territorial) coherente con el Contrato Programa y que puede además impulsar otras acciones paralelas.

Figura 21. Regiones Turísticas de Marruecos



Fuente: Samia Chahine, 2016

Precisamente el Programa Regional de Ordenación Territorial de la región de Guelmim-Oued Noun matiza la orientación turística de la región dividiendo el territorio en dos ámbitos con ofertas diferenciadas, una de turismo litoral, coherente con la propuesta de la Visión 2020 para la zona, y otra de turismo sahariano y de oasis en el interior (Urbaplan. Cid. Analytica International, 2010).

La política estatal prevé para la región Sahara Sur Atlántico que en 2020 lleguen a existir 27.000 camas más, de tal manera que la región sea capaz de incrementar el número de turistas en 1,2 millones. El objetivo es que la región turística se identifique con el verano sin fin y que, en concreto, Guelmim-Oued Noun se especialice en turismo costero puro. Las tierras del sur, en la actual región de El Aaiún-Saguia El Hamra, debiera tener un producto costero pero con una mayor presencia de la naturaleza y el desierto (Société Marocaine d'Ingénierie Touristique- CPR, 2011)

La región de Guelmim-Oued Noun podría albergar 33.147 camas en 2020 y acoger a 1,1 millones de turistas, lo que supondría un incremento espectacular en relación con las 1.400 camas existentes en 2010 y las 40.000 llegadas asociadas. Esto permitiría que se pasara de 2.140 empleos en el sector turístico de esta región a unos

51.537 y que la producción se incrementara de los 269 millones de dirhams en 2010 a 8.118 millones (unos 760 millones de euros, en 2017).

En coherencia con ello el Contrato Programa Regional (2011-2020) de Guelmim-Es-smara (Guelmim-Oued Noun), la región que ha dado mayores pasos en la consecución de los objetivos previstos, señala varias pautas para desarrollar el sector turístico en la región que podemos sintetizar en:

- Una clara especialización en determinados segmentos objetivos y desarrollo de productos coherentes con ellos.
- Incremento de la inversión para el desarrollo de la oferta turística
- Actuaciones de promoción y marketing
- Mejora en el transporte aéreo y de las infraestructuras
- Incremento de la competitividad de los agentes turísticos y mejora del capital humano.
- Sostenibilidad y gobernanza.

### 3.2. El crecimiento masivo como estrategia turística de Guelmim – Oued Noun

La estrategia de comercialización del producto turístico de la región ha seleccionado tres segmentos de mercado como prioritarios, a los que denomina "los amantes de la comodidad" y "las familias “guay” y el turismo de países emergentes.

El segmento de los amantes de la comodidad ("amateurs de confort") se caracterizan, según el CPR, por tener una marcada predisposición (el 58%) por las vacaciones de playa y buen tiempo en unas instalaciones turísticas de calidad, por asociar el tiempo de ocio con el descanso y la relajación (27%) y, de manera más minoritaria (14%) por el deseo de realizar algunas actividades de nicho. Este segmento está conformado por turistas poco activos, en términos generales, que prefieren alojarse en hoteles de alta gama que ofrecen un buen nivel servicios complementarios, sin olvidar el lujo.

Las familias “guay” (familles á la cool), también se orientan al turismo de balneario y especialmente al descanso y la relajación (58%). Desarrollan actividades

ligadas a la cultura, el golf y el juego de azar y suelen preferir hoteles y apartamentos de alta gama.

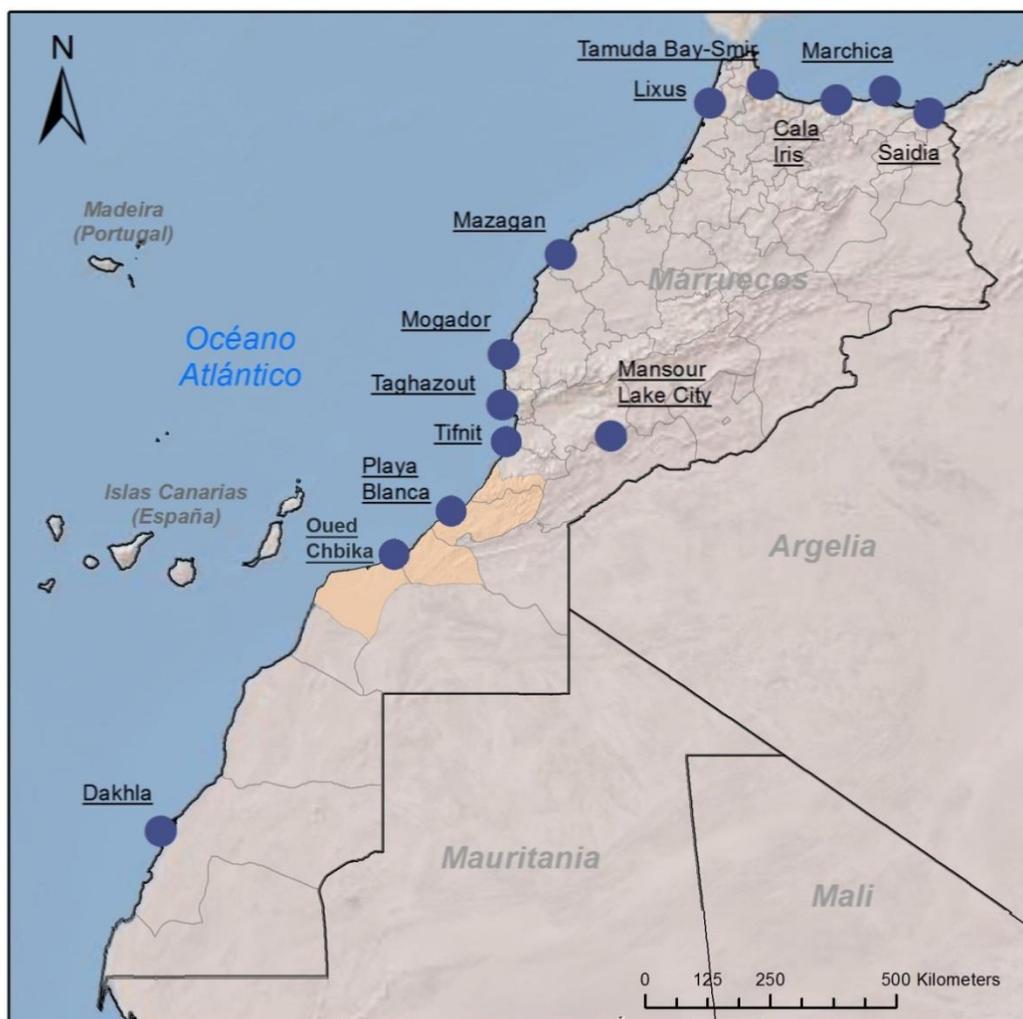
Por último, los turistas de países emergentes prioritarios para la región son los procedentes de los mercados ruso, polaco y checo. Se trata de tres grupos nacionales que buscan disfrutar en la zona del sol y la playa pero que valoran el lujo en el producto turístico, en el caso de los rusos, y la cultura, en el de los checos. De los tres mercados, el más interesante, dada su posible dimensión cuantitativa, es el polaco.

La intervención que se propone en la región se afrontará gracias a la puesta en marcha de 57 proyectos, con una inversión global de 24.160,8 millones de Dh, de los cuales, la gran mayoría, un 98,9% (23.889,15 millones de Dh) serán aportados por el sector privado. Esta ambiciosa intervención se compone de 3 proyectos estructurales (proyectos de grandes dimensiones y alcance internacional) y 54 proyectos complementarios, que enriquecerán y diversificarán el tejido de la oferta turística regional.

Las tres estaciones estructurales que se piensa construir son Playa Blanca (Guelmim), Oued Chbika y Foum Draâ (Tan-Tan) (ver figura 22). En los tres casos, se trata de resorts aislados de grandes dimensiones, segregados de asentamientos urbanos locales, al modo en que se están ejecutando en gran parte de los países en desarrollo. Los dos primeros se recogían en la Visión 2010 (el primero, en el Plan Azur). El último se incorpora con el nuevo programa.

El resort de Playa Blanca, situado junto a una extensa playa de 40 km de longitud en el que no faltan complejos dunares costeros, en la provincia de Guelmim, fue uno de los proyectos previstos en el Plan Azur. La propuesta supone la construcción de una importante estación balnearia de 30.000 camas que abarca 532 hectáreas, ubicadas en el valle de Oued Issafène.

Figura 22. Localización de las principales intervenciones en Marruecos



Fuente: Elaboración propia a base de Plan Azur y Plan Azur Extendido.

Dado que el estudio ambiental y análisis del sitio que acompañó el proyecto de planificación de la zona concluyeron que Playa Blanca tiene un gran interés biológico y paisajístico y que es sólo moderadamente adecuada para el baño, ya que las duras condiciones del mar impiden disfrutar del mismo prácticamente la mitad del año, la planificación turística de la zona se ha dirigido hacia el desarrollo de productos complementarios al mar (, como el golf o la posibilidad de descubrir el desierto y la zona de interior en excursiones de un día.

El proyecto consta de una primera fase de 260 has, en la que se construirán 14 hoteles y dos complejos residenciales. En torno a ellos se desarrollarán infraestructuras

para la práctica del golf y otros deportes (35 pistas de tenis y un centro ecuestre). Una segunda fase de 272 has completaría el conjunto con dos 10 hoteles más, dos residencias y 300 villas. Un segundo campo de golf sería construido y los equipamientos de ocio completados.

El proyecto había sido contratado a la empresa Fadesa Marruecos, propiedad de Addoha y filial de la empresa española de construcción, con un coste mínimo de 100 millones de euros (Aguer, 2004). La quiebra de esta empresa con la llegada de la crisis inmobiliaria a España, impidió que las obras se iniciaran, motivo por el cual en 2010 se rescindió el contrato con Fadesa Marruecos y se inició un nuevo periodo de adjudicación. En la actualidad el grupo egipcio Pickalbatros está desarrollando la operación inmobiliaria.

El sitio de Foum Chbika, a unos 30 kilómetros al sur del Ouatia (playa de Tan-Tan) fue propuesto en la ordenación turística de la región para el desarrollo de una pequeña estación litoral, centrada, además de en el disfrute de sol y de la playa, en la observación de la naturaleza y el descubrimiento del desierto y de los ambientes costeros saharianos. El proyecto fue incluido posteriormente en el Plan Azur.

La zona es de un gran valor ambiental, albergando la desembocadura de la rambla del mismo nombre, que genera un ambiente lacustre y un brazo dunar entre esta y el mar. El estudio de viabilidad confirma el interés turístico que tienen los recursos territoriales de la zona y plantea una planificación territorial del asentamiento turístico basado en la construcción de varios hoteles residenciales en el entorno de instalaciones para la práctica de golf y en el desarrollo de circuitos para excursiones de un día (Urbaplan. Cid. Analytica International, 2009).

Hoy por hoy se pretende desarrollar varios establecimientos alojativos que en su conjunto no superan las 2.500 camas, para evitar la degradación ambiental y no saturar los pueblos del entorno con las excusiones que se van a programar. Se espera una tasa de ocupación anual de sólo el 48%, que representa una población turística de 1.000 personas en temporada baja a 2500 en temporada alta.

Figura 23. Proyecto turístico en Oued Chbika



Fuente: (chbika.ma)

Además de la visitas al interior, se plantea que los turistas tengan la posibilidad de disfrutar del baño, deportes eólicos, los espacios naturales, la observación de la fauna y la flora del desierto, para un turismo de nicho dirigido a clientes activos. Dos ksars (oferta alojativa con tipología de palacio tradicional) de una capacidad de 500 camas, un centro de talasoterapia y un centro hípico completan el programa. El proyecto fue confiado al operador egipcio Orascom.

A pesar de las buenas intenciones manifestadas en el proyecto, el modelo de planificación supone encorsetar el espacio natural con la propia urbanización turística, que además crecerá en la medida en que se justifique su rentabilidad. De hecho, lo propuesto es el principio de un proyecto mayor que podrá alcanzar las 17.000 camas.

Bab-Draâ o Foum Draâ (Tan-Tan), es el tercer enclave escogido para el desarrollo del turismo de balneario. Ocupa también la desembocadura de una rambla, que como en el caso de Oued Chbika, es un enclave paisajístico espectacular, situado en este caso al Norte del núcleo de Tan-Tan. Un gran proyecto, propuesto por la Sociedad de Promoción Inmobiliaria Alianzas y aún no aprobado por el Ministerio de Turismo, pretende construir 11.000 camas en la zona, en lo que sería una intervención ajena al Plan Azur. La propuesta está recogida en el Plan Director de Gestión Urbana del Litoral de la región.

La Dirección General del Urbanismo no ha puesto en marcha aún ningún Plan de Parcelación o Plan de Ordenación Indicativo, es decir, ninguna de las ordenaciones previas que permiten construir un destino turístico. Según los acuerdos anteriores al Plan Azur, las instalaciones fuera de los sitios que éste propone deben estar a cargo del Estado y aparentemente todavía no se ha llegado a ningún acuerdo que materialice la implicación estatal en este proyecto.

Tabla 14. Equipamientos turísticos en las tres estaciones turísticas

Proyecto	Año	Tipo de camas	Número de camas	Necesidad de agua(m3/día)	Potencia eléctrica en KW	Empleo directo	Empleo indirecto
<b>Oued Chbika</b>	2015	Hotel	5.000	1.500	7.000	5.000	20.000
		Residencial	2.000	600	2.600	1.000	4.000
		Total	7.000	2.100	9.600	6.000	24.000
	2025	Hotel	7.000	2.100	9.800	7.000	28.000
		Residencial	3.000	900	3.900	1.500	6.000
		Total	10.000	3.000	13.700	8.500	34.000
Total		17.000	5.100	23.300	14.500	58.000	
<b>Playa Blanca</b>	2015	Hotel	3.000	900	4.200	3.000	12.000
		Residencial	7.000	2.100	9.800	3.500	28.000
		Total	10.000	3.000	14.000	6.500	40.000
	2025	Hotel	3.000	900	4.200	3.000	12.000
		Residencial	10.000	3.000	14.000	5.000	40.000
		Total	13.000	3.900	18.200	8.000	52.000
Total		23.000	6900	32.200	14.500	92.000	
<b>Bab – Draâ</b>	2015	Hotel	2.000	600	2.800	2.000	8.000
		Residencial	1.000	300	1.400	500	4.000
		Total	3.000	900	4.200	2.500	12.000
	2025	Hotel	5.000	1.500	7.000	5.000	20.000
		Residencial	3.000	900	4.200	1.500	12.000
		Total	8.000	2.400	11.200	6.500	32.000
Total		11.000	3.300	15.400	9.000	44.000	

Fuente: Urbaplan. Cid. Analytica International. (2010).

Más allá de estos elementos financieros, la creación de estas tres estaciones turísticas aumentaría en gran medida la necesidad en agua, energía y transporte de la

zona. Estos elementos fueron evaluados en la SRAT de manera global (tabla 14), y como se puede apreciar en los datos, supone un volumen importante de inversiones infraestructurales que debe acometer el Estado. En contraprestación, los empleos directos e indirectos generados por los tres resorts alcanzaría los 232.000, lo que, de ser ciertas estas cifras, generaría importantes movimientos migratorios hacia la región de otras zonas más pobladas del país. Todos estos elementos no pueden sembrar sino cierta duda de los cambios demográficos y sociales y de los impactos medioambientales que se producirían, máxime en un contexto social de baja densidad y en un entorno ambiental de gran fragilidad.

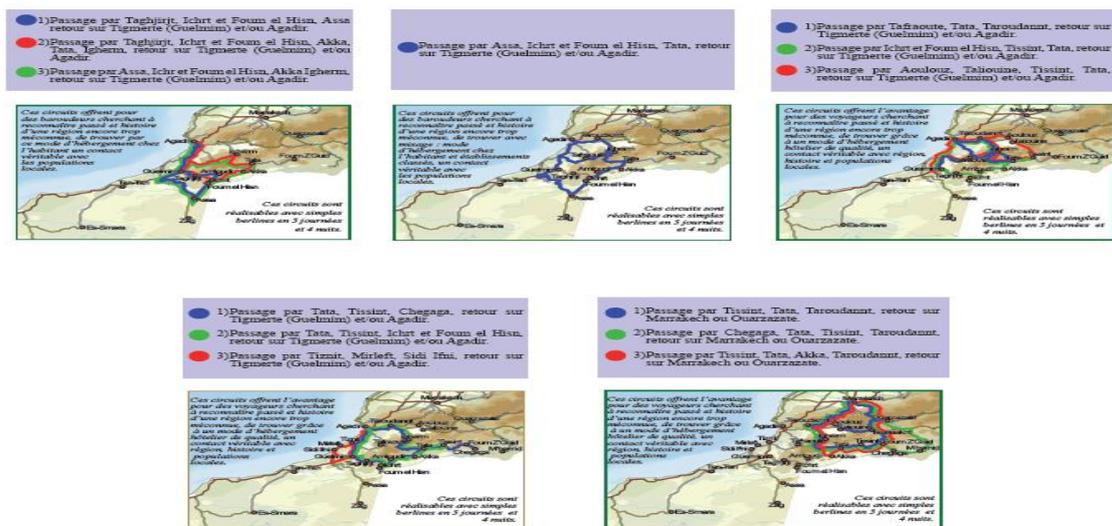
En definitiva, los tres proyectos presentados no hacen sino seguir "los modelos de ordenación turística ya ensayados en el norte del Mediterráneo, en especial en España: oferta de alojamiento para el turismo masivo ligado a proyectos inmobiliarios en los espacios litorales... (sin que definan) realmente los problemas que puedan surgir como consecuencia de estos modelos de desarrollo mediante inversiones foráneas y urbanización masiva" (Chahine, 2016).

### 3.3. Las actuaciones para la diferenciación y la cualificación

Además de los grandes proyectos turísticos, la estrategia regional intenta impulsar actuaciones que permitan diferenciar y dar valor al producto turístico regional. Aquí caben acciones de diferente tipo. El desarrollo la oferta complementaria es una de ellas. A través del Programa Animación, Deporte y Ocio, las intenciones de la planificación regional es impulsar aquella oferta complementaria que de valor añadido al producto en términos económicos directos (golf, deportes náuticos...) al mismo tiempo que se pretende desarrollar una oferta de ocio basada en los recursos culturales de la zona. Para 2017-18 está previsto la materialización del Circuito Safari, rutas que se podrán realizar en diferentes medios de locomoción (camellos, 4x4...) y que unirán los principales enclaves con valor natural, histórico y cultural de la zona. Supondrá una inversión de cuatro millones de dirhams ya que implica identificar, cartografiar, señalar y crear las instalaciones necesarias para que las rutas se puedan realizar en las condiciones adecuadas, por lo que, como otras muchas acciones supone la búsqueda de socios que aporten financiación.

Además de esta acción, en la zona ya existen circuitos en berlinas de cinco días. El Consejo Regional de turismo ha creado 18 circuitos turísticos de este tipo que suponen el alojamiento de los turistas en casas de huéspedes. Estos circuitos parten de Guelmim o Agadir y han sido materializados a través del Programa Oasis Meridional (POS).

Figura 24. Circuitos turísticos de la zona



Fuente: (crt-guelmim.com)

El Contrato Programa Regional pretende además estimular el desarrollo de otras fórmulas alojativas de mayor autenticidad, como los "campamentos en las dunas" o casas de huéspedes insertas en el tejido rural y en los núcleos de población. Se prevé la necesidad de disponer de 10 millones de dirhams para impulsar los campamentos de lujo que están orientados a dar cobertura a los diferentes circuitos que se realicen en la zona. La necesidad de disponer de esta financiación obliga a buscar recursos a través del partenariado. También se quiere impulsar el desarrollo de las casa de huéspedes en comunidades rurales que forman parte de circuitos o en el entorno de espacios naturales y rurales de valor.

Hay también una apuesta por la recuperación del patrimonio general en todos los sentidos, mediante la rehabilitación de las *kasbahs* (ciudades fortificadas bereberes) y del patrimonio monumental en general, la valorización de recursos culturales como la

artesanía a través de la creación de equipamientos culturales específicos (museos y centros de interpretación). Además el contrato pretende garantizar la preservación del patrimonio natural, en particular los oasis, dada su potencialidad para modelos ecoturísticos. Todo esto supone que la región participe en programas como Green-Eco-Desarrollo Sostenible y Patrimonio y Herencia.

A ello se suma la pretensión de impulsar la actividad a través de Programas de Nicho, que en la región se han orientado al desarrollo de productos turísticos relacionados con el bienestar basados en la oferta de tratamientos inspirados en técnicas y productos locales, que añade a la relajación un cierto exotismo. Ejemplo es la creación de un Spa privado de alto standing en Guelmim en torno a las arcillas y el cactus, capitalizando el Proyecto Cactopole que ya se viene desarrollando en esta zona, orientado a potenciar la agricultura del cactus y la tunera. En esta misma línea, en Fask y Lalla Melouka (Adave), dos comunas rurales de Guelmim, se pretenden impulsar dos centros termales y spas también de alto nivel.

Dentro del programa para preservar y mejorar los recursos naturales se prevé la preservación de algunas playas y desembocaduras de cursos fluviales de cualquier proceso de urbanización. En relación con lo último se pretende preservar lugares como Oued Oum Fatma, Oued el Ouair, Oued Drâa...

Todas estas actuaciones se complementan con otras orientadas a la mejora de la información, señalización e intermediación. La política turística regional pretende desarrollar puntos de información turística (PIT). En los principales enclaves de interés turístico (Guelmim, Assa, Tan-Tan) se podrán encontrar guías e información hasta en ocho idiomas (francés, árabe, español, inglés, alemán, japonés, ruso y chino). A ello se sumará la realización de folletos turísticos, no sólo de los atractivos territoriales, sino también de la oferta alojativa, y la ubicación de indicaciones turísticas y paneles de información en las vías de comunicación.

Por último, el Plan Regional se plantea otras actuaciones no estrictamente turísticas pero necesarias para el desarrollo del sector, como la mejora de los aeropuertos internacionales de Tan-Tan y Guelmim, la conectividad con los mercados emisores, el transporte público entre los diferentes enclaves de interés turístico, el saneamiento de las aguas residuales, el suministro de agua potable, etc. medidas que se van materializando a una velocidad inferior a la deseable.

Todo este conjunto de medidas de puesta en valor y diferenciación son de corto alcance dadas las limitaciones presupuestarias y la escasa capitalización de la iniciativa privada. Una parte de las actuaciones se ha realizado a través de la cooperación internacional, pero a día de hoy, lo conseguido no permite definir un modelo regional específico y diferente al que la planificación estatal plantea en la zona.

#### **4- Conclusiones**

La política turística que se está desarrollando en Marruecos está orientada a la creación de una oferta masiva y a la estandarización del producto turístico acorde con los requerimientos básicos del mercado internacional. La oferta se ubicará especialmente en ámbitos costeros y se complementará con una orientación cultural y urbana en algunos lugares concretos.

Esta apuesta se hace en el contexto socioeconómico propio de un país en desarrollo, por lo que la estrategia turística se sustenta en la llegada de inversión internacional y en la generación de modelos turísticos propios de la cuarta periferia turística (Gormsen, 1997). En otros términos, se trata, tal como ocurrió en procesos anteriores y tal como está ocurriendo en otros ámbitos geográficos, en un “desarrollismo turístico-inmobiliario” (Navarro et al. 2015). En este proceso, la diferenciación se quiere lograr mediante la incorporación del exotismo y los recursos territoriales y culturales al producto turístico, cuando sea posible.

La región de Guelmim-Oued Noun participa de este proceso general mediante la regionalización de la política turística alauita. La mayor parte de la oferta que se creará en la zona será costera y estará orientada al mercado internacional. Infraestructuras complementarias como el golf y el propio entorno natural permitirán la aparición de oferta reglada y el desarrollo inmobiliario-residencial de algunos enclaves aislados. Junto a esto, se desarrollará una oferta alojativa de interior basada en el desierto y en los principales oasis, que se materializará principalmente a través de campamentos de mediana capacidad. En su conjunto, se trata de un modelo articulado en la captación de inversores exteriores y que deja un papel residual a las pequeñas iniciativas turísticas de la población local.

La dependencia del dinero del exterior no sólo se reduce a la inversión del capital internacional en la creación de las grandes instalaciones turísticas privadas, sino también en la propia financiación de los planes e iniciativas públicas, que, dada la debilidad presupuestaria del estado marroquí, debe sustentarse en la captación de fondos soberanos de países amigos o en ayudas al desarrollo (Romero, 2011). Esta fuerte dependencia de los recursos financieros exteriores conlleva retraso en las iniciativas, una selección natural de las inversiones que el capital internacional considere más rentable y, en definitiva, una posible adulteración del modelo turístico propuesto ante la falta de independencia en la toma de decisiones.

Aunque esto se puede generalizar a la totalidad del estado marroquí, en los casos de las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra es especialmente evidente. Las regiones tienen escasa capacidad en la toma de decisiones, ya que la política turística regional apenas matiza la política estatal, y se limitan a través de sus planes de ordenación a poner a disposición el suelo para la llegada del capital exterior.

Se trata, por tanto, de un modelo turístico dependiente y jerárquico en el que la inversión exterior se apropiará del territorio para hacer negocio sin que esté del todo claro el beneficio que reportará para la población de la zona. Está claro que la creación de resorts incidirá en una mejora de las comunicaciones, en los servicios infraestructurales básicos, en la creación de empleo por cuenta ajena y en un cierto estímulo al emprendimiento local, factores que supondrán una mejora en el bienestar de la población en términos generales. Pero también supondrá casi con seguridad la llegada de población del exterior, la banalización de elementos culturales, importantes cambios en la distribución de usos del suelo, problemas ambientales y degradación paisajística.

A la larga implica una fuerte transformación social y económica que no necesariamente supondrá una erradicación de la pobreza en la zona. Desde 1980, a pesar de la generalización territorial del turismo, la diferencia en el Índice de Desarrollo Humano entre aquellos países con valores elevados y aquellos otros con valores reducidos se ha mantenido invariable (Naciones Unidas, 2013). A diferencia de lo que ocurrió con la tercera periferia turística, el capitalismo global que impulsa la nueva periferia externaliza los beneficios fuera de sus territorios de inversión cuando estos son países en vías de desarrollo a través de, por ejemplo, la implantación de salarios de miseria o, directamente, de la exclusión de la población local del nuevo mercado

turístico. Este es el panorama más probable en la región de Guelmim-Oued Noun. Es preciso, por tanto, impulsar un modelo más independiente y más integrador socialmente, no sólo sustentando en el recurso territorial sino también en el recurso social de la región. A ello vamos a dedicar los próximos capítulos.

## CAPÍTULO V. LA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ÁREA DE ESTUDIO

---

## 1- Introducción

En el capítulo anterior hemos apuntado las principales características de la política turística marroquí desarrollada desde el inicio del milenio, lo que se conoce como Visión 2010 y 2020. En general pudimos apreciar que se trata de una apuesta por el turismo masivo globalizado, similar al que encontramos en otros destinos del Mediterráneo, con la salvedad de la diferenciación a través del exotismo.

En el capítulo tres dejamos constancia que la zona de estudio presenta un escaso desarrollo de la actividad turística actualmente, a pesar de que tiene recursos territoriales, tanto paisajísticos, como culturales, así como recursos no territoriales como para poder ofrecer una oferta mejor estructurada. Precisamente estos recursos son la base de la propuesta de las visiones 2010 y 2020 para el área de análisis, la construcción de resorts masivos en las provincias de Guelmim y Tan-Tan.

En este epígrafe queremos profundizar en la posibilidad de desarrollar fórmulas turísticas alternativas, en este caso, turismo cultural y ecológico de base comunitaria, como modelo turístico diferenciado para la zona. Para ello, se llevaron a cabo 78 encuestas entre empresarios turísticos del área de estudio; autoridades y funcionarios de las administraciones turísticas, regionales y locales; representantes de organizaciones no gubernamentales y asociaciones que operan en las provincias y académicos e investigadores de universidades españolas, en especial de Canarias, y marroquíes.

De los académicos e investigadores nos interesaba su visión sobre los recursos, posibilidades y dificultades del turismo en la zona de estudio, y en particular, del turismo comunitario, así como sobre los beneficios que podría reportar. En particular, se les preguntó sobre relación entre Canarias y la zona de estudio, y más concretamente, la colaboración universitaria, como elemento de desarrollo.

A los empresarios, además de preguntarles sobre la demanda turística en la zona y la situación de su negocio a día de hoy, con el propósito de obtener alguna información sobre la viabilidad de los probables microproyectos, las preguntas se centraron en su visión sobre las posibilidades, dificultades y beneficios del turismo eco-cultural en la zona.

La encuesta a autoridades y ONG tuvo propósitos parecidos, la valoración de las posibilidades, dificultades y beneficios del turismo eco-cultural de base comunitaria, pero además nos permitió ahondar en el conocimiento de las posibilidades y obstáculos para el desarrollo de fórmulas participativas, dado que una parte de estas organizaciones han estado implicadas en estos proyectos a través del desarrollo de programas específicos.

Los principales resultados, tratados estadísticamente, se presentan a continuación. Comenzamos con el análisis de la potencialidad turística del área en términos generales, para luego centrarnos en el turismo eco-cultural de base comunitaria. De este último se han analizado las posibilidades y dificultades de desarrollo, las principales consecuencias que reporta su puesta en marcha y los apoyos institucionales existentes para ello. Por último, se presentan las bases necesarias para la implementación de un modelo turístico comunitario en las provincias analizadas, a juicio de los encuestados.

## **2- Potencialidad turística del área**

La valoración de la potencialidad turística del área de estudio se ha realizado a partir de dos preguntas específicas coincidentes en los cuestionarios de los tres grupos objetivo. Una de ellas alude a los recursos territoriales de las cuatro provincias y la otra a la valoración de la mejor opción turística a poner en marcha en la zona.

En relación con los recursos territoriales, a los tres grupos encuestados se les pidió que los valoraran usando la escala de Likert, para lo que se les ofreció seis opciones (parques naturales, playas, oasis y dunas, cultura y tradiciones, paisaje y patrimonio) y la posibilidad de que especificaran otro tipo de recurso.

Los resultados generales, que aparecen en la tabla 15, muestran la valoración media por tipo de recurso y grupo objetivo. Se puede apreciar que los tres colectivos consideran que la zona presenta una gran diversidad de recursos. La gran mayoría de las valoraciones suelen estar de acuerdo con todos los recursos. Sin embargo, el hecho de que ningún recurso destaque sobremanera sobre el resto, nos hace pensar en un concepto turístico poco especializado, hasta el punto que el cálculo de los índices de

variación de las puntuaciones medias oscila tan solo entre el 5 y el 9%. Se antepone la diversidad a la especialización turística en la zona, en función de los recursos territoriales. En otros términos, según los encuestados, la zona puede desarrollar en función de sus recursos cualquier modalidad turística, lo que implica flexibilidad en un contexto de mercado pero también una probable falta de especialización.

Tabla 15. Medias aritméticas según tipo de recurso y colectivo encuestado

	<b>Empresarios</b>	<b>Académicos</b>	<b>Autoridades</b>
<b>Parques Naturales</b>	3,52	2,84	3,05
<b>Playas</b>	3,9	3,53	3,27
<b>Oasis y dunas</b>	3,57	3,53	3,64
<b>Paisaje</b>	3,62	3,56	3,36
<b>Cultura y tradiciones</b>	4	3,53	3,73
<b>Patrimonio</b>	3,76	3,09	3,55
<b>Media</b>	3,73	3,35	3,43

Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

Llama la atención dos hechos:

- Que en todos los casos, los parques naturales son los recursos menos valorados. Esto puede ser la consecuencia de que la zona, a pesar de su extensión, tiene una escasa superficie protegida. También puede incidir el hecho de que el turismo de naturaleza está poco desarrollado y no es un objetivo estratégico en la zona. En cualquier caso, es llamativo dada la existencia de un Parque Nacional en la provincia de Tarfaya y parte de una Reserva de la Biosfera en Guelmim.
- El bajo nivel de correspondencia en las valoraciones de los tres grupos objetivos. El análisis de correlaciones bivariadas oscila entre 0,43 y 0,54, valores muy bajos para muestras tan reducidas. Es decir, hay discrepancias

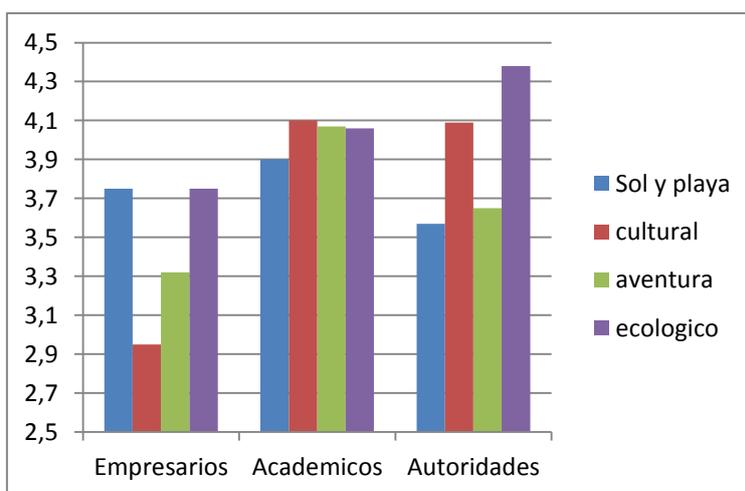
entre el concepto que se pone en valor y la intensidad con la que se valoran los recursos. Entre las autoridades y representantes de organizaciones no gubernamentales, la cultura, los oasis y el paisaje de dunas son los mejor valorados. Los empresarios destacan la cultura y sobre todo, las playas. Los especialistas académicos tienen una visión menos definida.

Esta disparidad se relaciona con el grado de conocimiento de la zona que tiene cada colectivo, su relación con la actividad turística y con la idea subyacente del éxito de las fórmulas turísticas asociadas al turismo masivo de costa. Esto se aprecia sobre todo en el caso de los empresarios.

En coherencia con la cuestión anterior, se les pidió a los encuestados que valoraran el nivel de adecuación de cuatro tipologías turística: sol y playa, cultural, aventura y ecológico, con la intención de conocer cuál es la mejor alternativa turística que se podría poner en marcha en el área de estudio. Se les ofreció además de estas cuatro opciones, la posibilidad de que señalaran cualquier otra.

Los tres colectivos encuestados consideran que las cuatro modalidades turísticas podrían ser adecuadas para la zona de estudio, ya que presentan una valoración media entre 3,7 y 4,1, lo que es coherente con la visión diversa y poco especializada que los encuestados tienen en relación con los recursos territoriales.

Figura 25. Medias aritméticas según adecuación de tipología turística y colectivo encuestado



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

El tipo de turismo más adecuado es el ecológico, a tenor de los resultados (promedio de 4,1), en especial entre los especialistas académicos y las autoridades y representantes de organizaciones no gubernamentales. Tras esta opción, destaca el turismo cultural, ya que dos de los grupos encuestados consideran que es una opción muy adecuada. Entre los empresarios las valoraciones más altas la obtienen el turismo de sol y playa, además del ecológico (ver figura 25)

Los resultados obtenidos nos permiten hacer las siguientes observaciones:

- La relevancia del turismo ecológico como opción para la zona contrasta con la menor importancia que se le daba a los parques naturales como recurso territorial. Interpretamos este hecho como consecuencia de que la zona presenta recursos naturales pero no ha desarrollado una política de protección extensiva.
- Los resultados mantienen la visión poco especializada en la zona. Los empresarios locales son los que apuestan por la opción de sol y playa y turismo ecológico de modo más decidido. Por el contrario, los especialistas tienen una opinión menos orientada.
- Las autoridades y representantes de ONG locales destacan el turismo ecológico y cultural. Esta percepción difiere de las políticas turísticas propuestas para la zona por las autoridades centrales, que clasifican la zona como destino posible de sol y playa. Detectamos una posible contradicción entre la visión de la administración central y la de la regional y local.
- En consonancia con lo dicho, llama la atención la menor correlación que existe entre los tres grupos encuestados, hasta el punto que las correlaciones de los empresarios con los otros dos grupos objetivos, son negativas.

### **3- Turismo comunitario eco-cultural**

Entrando en el estudio de la modalidad del turismo ecológico y cultural de base comunitaria, los encuestados fueron concernidos a que opinaran sobre los principales obstáculos que tiene el área para el avance en la implementación de esta modalidad turística, las posibilidades de desarrollo que ellos detectan, el grado de compromiso

institucional con esta fórmula turística y las consecuencias que para las cuatro provincias podría acarrear.

### 3.1. Dificultades para el desarrollo del turismo eco-cultural de base comunitaria

El análisis de los principales obstáculos o dificultades para la implantación de productos turísticos comunitarios eco-culturales se basa en la introducción de una pregunta en las tres encuestas en la que se incluye dieciséis indicadores específicos. Siete de ellos aluden a dificultades de carácter político-administrativo en torno a la planificación y gestión de la actividad económica, tales como la falta de implicación de la administración local, de los agentes locales en general, la falta de apoyo público, obstáculos burocráticos, carencia de planificación territorial participativa, experiencia en planes estratégicos y desconocimiento de modelos comunitarios de desarrollo turístico.

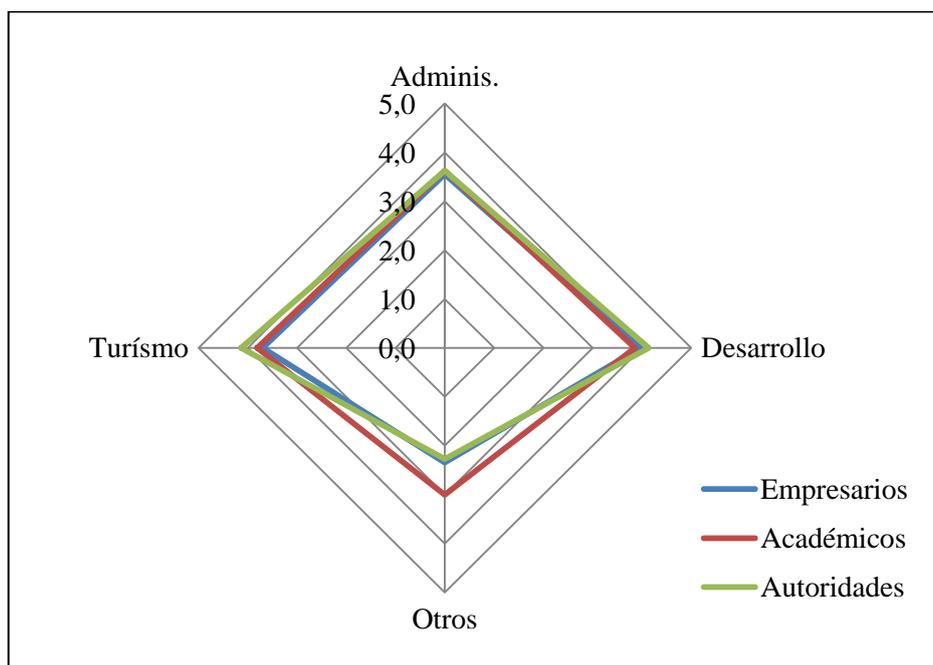
Tres se centran en la actividad turística (formación de la población, infraestructura turística y promoción y comercialización). Cuatro se relacionan con elementos clave para el desarrollo económico. Entre estos se incluyen infraestructura de transporte, servicios sociales, disponibilidad de recursos financieros y cultura empresarial. Por último, se incluyen dos indicadores sociológicos y políticos: la actitud de la población hacia el desarrollo turístico y el conflicto político del Sahara Occidental.

En general, los tres grupos encuestados tienen una visión parecida en relación con los principales obstáculos para el desarrollo turístico eco-cultural de base comunitaria. De hecho, las correlaciones bivariadas mediante los coeficientes de Pearson y Spearman oscilan entre 0,73 y 0,79 en el primer caso, con coeficientes de determinación de hasta 0,61; y entre 0,54 y 0,62 en el de Spearman, presentando en todos los análisis coeficientes significativos. Esta estrecha relación en las respuestas y la significación estadística da relevancia a los resultados obtenidos. Al respecto, sólo debemos destacar que, de nuevo, los índices de variación de las opiniones entre empresarios y autoridades son mayores, lo que creemos que se relaciona con un mayor conocimiento de la realidad a pie de campo.

El análisis de los promedios por tipo de indicador pone de manifiesto que los principales obstáculos están relacionados con el nivel de desarrollo socio-económico del área y con la existencia de infraestructuras turísticas. En los tres grupos, el valor

promedio de estos indicadores son los más elevados. Por tanto, los principales obstáculos son estrictamente socio-económicos. Por el contrario, los indicadores sociológicos y políticos presentan las menores puntuaciones. Los tres grupos destacan la escasa incidencia de la actitud negativa de la población hacia el desarrollo turístico y el conflicto político del Sahara Occidental, en especial entre las autoridades y los empresarios de la zona (ver figura 26).

Figura 26. Valoraciones promedio de los obstáculos para el desarrollo del turismo eco-cultural comunitario por categoría



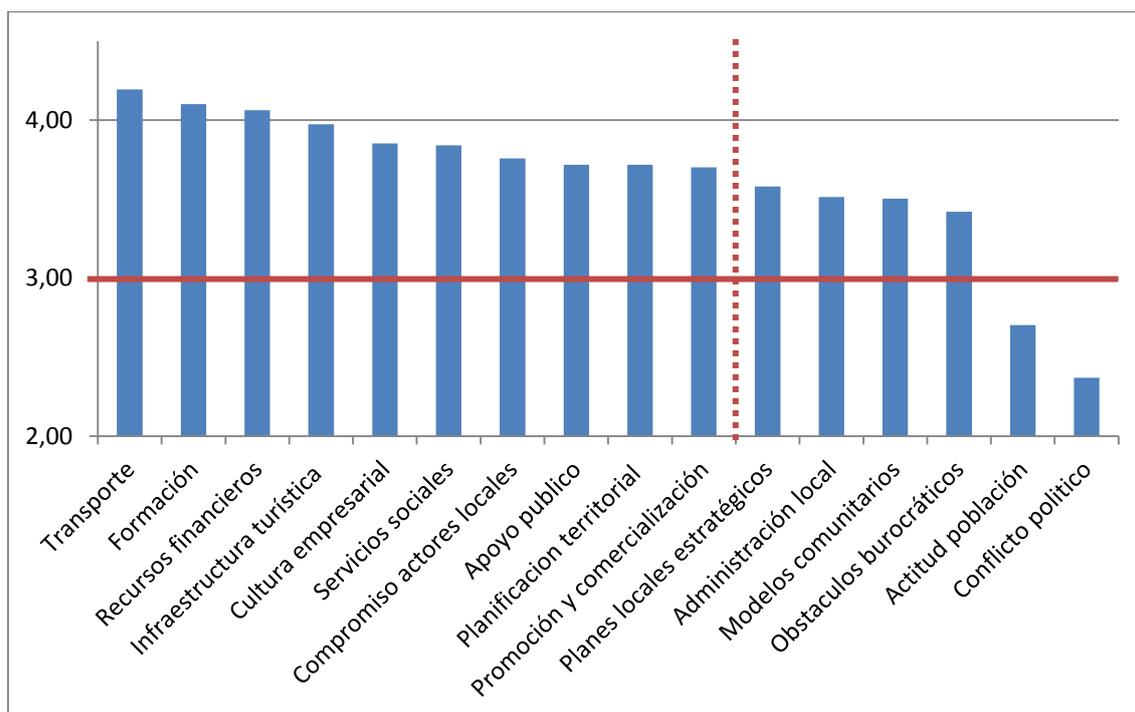
Fuente: Encuestas. Elaboración propia.

Los empresarios destacan sobre manera algunos indicadores de desarrollo turístico y socioeconómico de la zona, tales como la falta de recursos financieros, la falta de apoyo público, el nivel de desarrollo de las infraestructuras de transporte y a más distancia, la falta de cultura empresarial, la escasez de infraestructuras turísticas, la menor repercusión de una planificación territorial participativa y el compromiso de los agentes locales. Las autoridades mantienen una opinión similar, destacando la formación de la población, las infraestructuras de transporte, la ausencia de recursos financieros, etc. La única diferencia importante es que la autoridades sobrevaloran el escaso conocimiento del tejido productivo de otros modelos turísticos alternativos y en cambio, infravaloran la implicación de la administración pública como elemento

disuasorio de la puesta en marcha de proyectos turísticos. Los académicos destacan el nivel de desarrollo socio-económico de la zona como elemento limitante, incluso por encima de las restricciones que introduce la ausencia de infraestructuras turísticas.

En resumen, podemos decir, en primer lugar, que el conflicto político del pueblo saharauí no es percibido, en términos generales, como un problema para el desarrollo turístico eco-cultural comunitario. En especial, entre las autoridades y los empresarios. La mayor puntuación obtenida entre los académicos se relaciona con un menor conocimiento sobre el terreno. En segundo lugar, la mayoría de los encuestados no aprecia restricciones culturales y sociológicas que impidan la puesta en marcha de iniciativas turísticas, ya que no se aprecian actitudes negativas de la población al respecto. En tercer lugar, la zona presenta un amplio número de limitaciones para el desarrollo de esta opción turística, la mayor parte de ellos tienen que ver con el propio desarrollo socio-económico de la zona y con el negocio turístico, pero también abarca aspectos administrativos y de gestión y planificación. En sentido estricto, y considerando los valores promedios de los tres grupos encuestados por indicador con la misma ponderación, podemos afirmar que todos, salvo la actitud de la población y el conflicto político, se comportan como limitaciones al desarrollo e incluso, que en muchos casos, se trata de obstáculos mayoritariamente sentidos por los tres grupos. Catorce de los indicadores superan el tres, lo que implica que los encuestados están “De acuerdo” en considerarlo como un obstáculo y de ellos, diez, están por encima del valor promedio (véase la figura 27 en el que se han separado con una línea vertical discontinua los indicadores con una valoración por encima del promedio). Las deficiencias en transporte, formación e infraestructura turística y la falta de financiación son los cuatro factores limitantes principales a juicio de los encuestados.

Figura 27. Valoraciones promedio de los obstáculos para el desarrollo del turismo eco-cultural comunitario del total de encuestados



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

### 3.2. Consecuencias y posibilidades del desarrollo turístico comunitario

La valoración de las principales consecuencias que puede tener para la zona el desarrollo de un modelo turístico comunitario eco-cultural se ha realizado a partir de una pregunta en los tres cuestionarios en el que se incluyen doce opciones.

En función de los valores promedios obtenidos (véase tabla 16), las principales consecuencias de este modelo turístico son económicas y psico-sociológicas. Entre las primeras destacan el crecimiento del empleo, la mejora de la renta de la población y la atracción de la inversión exterior, es decir, la mejora en el nivel de vida, medido en una escala estrictamente monetaria y la llegada de capitales de fuera del área de estudio. La principal consecuencia psico-sociológica es el cambio de mentalidades que puede ocasionar este modelo turístico entre la población de la zona, algo coherente con un tipo de turismo que se basa en el intercambio intercultural entre visitante y población local. Como promedio, las opiniones de los encuestados se sitúan en torno al 4 (“muy de acuerdo”).

Tabla 16. Posibles consecuencias del desarrollo de un modelo turístico comunitario eco-cultural en la zona

<b>Principales consecuencias</b>	<b>Empresarios</b>	<b>Académicos</b>	<b>Autoridades</b>
Daños sobre espacios naturales y/o especies protegidas	1,83	3,29	4,09
Daños sobre el patrimonio cultural intangible	1,94	3,06	3,41
Inmigración en la zona	3,44	3,13	4,00
Crecimiento del empleo	4,17	3,6	4,14
Mejora de la renta de la población local	4,33	3,68	4,23
Incremento en los niveles educativos	3,83	3,48	3,71
Mejora de los servicios públicos sociales y sanitarios	4,16	3,52	3,59
Estímulo de la actividad agraria y comercial	3,89	3,58	3,82
Revalorización inmobiliaria	3,78	3,06	3,59
Incremento de los precios	3,72	3,23	3,00
Atracción de la inversión exterior	4,42	3,68	4,00
Cambio en la mentalidad de la población local	4,35	3,52	4,14

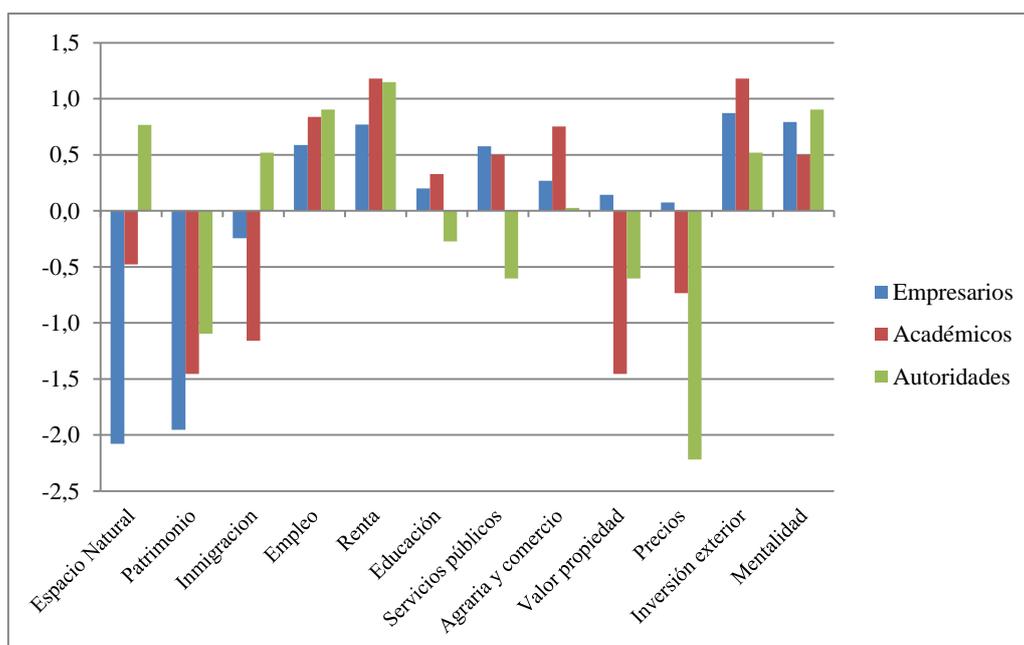
Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

Por el contrario, la mayor parte de los encuestados consideran que los aspectos que serán menos impactados por el desarrollo turístico comunitario son de ámbito patrimonial y macroeconómico. Buena parte de los entrevistados consideran que no habrá afecciones negativas sobre el patrimonio natural y cultural tangible e intangible (como promedio, los valores son 3.07 y 2,8), ni tampoco supondrá incremento de precios y revalorización inmobiliaria, con valores en torno al 3,4. Está claro que los bajos niveles de densificación que acompañan a los modelos comunitarios no supondrán, según los encuestados, que se desate ningún ciclo inmobiliario ni que se genere tensiones inflacionistas significativas. En síntesis, los encuestados tienen una

visión positiva sobre lo que podría ocasionar el desarrollo del turismo comunitario en la zona de estudio.

Las consecuencias percibidas son diferentes en función del ámbito temático si consideramos valoraciones medias estandarizadas. Desde el punto de vista ambiental y cultural, no se estiman graves afecciones. En el ámbito económico, las repercusiones se ciñen a una cierta mejora de los niveles de renta, en gran medida ocasionada por el empleo, y no tanto a la generación de tensiones macroeconómicas o al desencadenamiento de funciones de arrastre en otros sectores productivos, como se aprecia en el hecho de que no se termine de ver con claridad que este tipo de turismo incida en un incremento de las actividades agrarias y comerciales. El turismo comunitario se percibe, por tanto, por los encuestados, no como un modelo alternativo sino como una posible actividad complementaria. En el ámbito socio-demográfico, se reconoce cierta repercusión del turismo comunitario sobre la atracción de población del exterior o la mejora educativa y sanitaria, pero el grado de acuerdo es menos unánime, como se aprecia en que los valores promedios estén en torno al 3,5-3,7 (véase figura 28).

Figura 28. Valoraciones promedios normalizadas de las consecuencias del turismo eco-cultural comunitario en la zona



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

Los que muestran una visión más optimista sobre los beneficios que reportan el turismo comunitario son los empresarios. Están manifiestamente en desacuerdo que este tipo de turismo pueda ocasionar perjuicios ambientales y culturales y repercutir en un incremento de la capacidad de atracción de la zona y, en cambio, reporta claros beneficios en el empleo, la renta, la inversión exterior, el cambio de mentalidad y mejora de los servicios públicos. Todo ello nos define el perfil del empresariado de la zona, que padece serias dificultades de financiación y una mentalidad poco sensible a los impactos ambientales, tal vez porque su experiencia se basa en pequeños proyectos que tradicionalmente no suponen una modificación sustancial del entorno.

Los empresarios destacan el cambio de mentalidades inducido por el turismo, pero dado el modo en que destacan las variables económicas, este cambio parece vincularse a una actitud nueva hacia el negocio, una nueva cultura del negocio.

Por el contrario, las autoridades son los que muestran una visión menos optimista. Por ejemplo, llama la atención que consideren que el turismo comunitario podría afectar las zonas de valor natural y que podría generar movimientos inmigratorios. De igual modo, no aprecian, a diferencia de los otros dos colectivos, que pueda repercutir en una mejora de los servicios públicos y los niveles educativos.

En conclusión, en primer lugar, los encuestados destacan los beneficios que podría tener el desarrollo del turismo comunitario sobre todo en el ámbito social y económico, sin que se produzcan grandes tensiones socio-económicas y una grave afeción sobre el patrimonio natural y cultural. En segundo lugar, existe un cierto nivel de disparidad en la visión del modelo de turismo comunitario en la zona, como atestigua las diferencias que hay en los impactos que puede ocasionar entre los diferentes grupos encuestados.

Hemos visto que la zona presenta valiosos recursos ambientales y culturales. Asimismo, la mayor parte de los expertos estaban de acuerdo que una opción turística centrada en productos turísticos culturales y ecológicos es la mejor alternativa para la zona. Es más, el desarrollo de fórmulas comunitarias reportaría un gran beneficio al área de estudio con un bajo nivel de impactos. No obstante, la zona presenta grandes dificultades para el desarrollo de esta modalidad turística. En este punto, podemos

plantearnos si es realista o posible poner en marcha productos eco-culturales comunitarios en las provincias objeto de nuestro análisis. Esta cuestión la trasladamos a los especialistas.

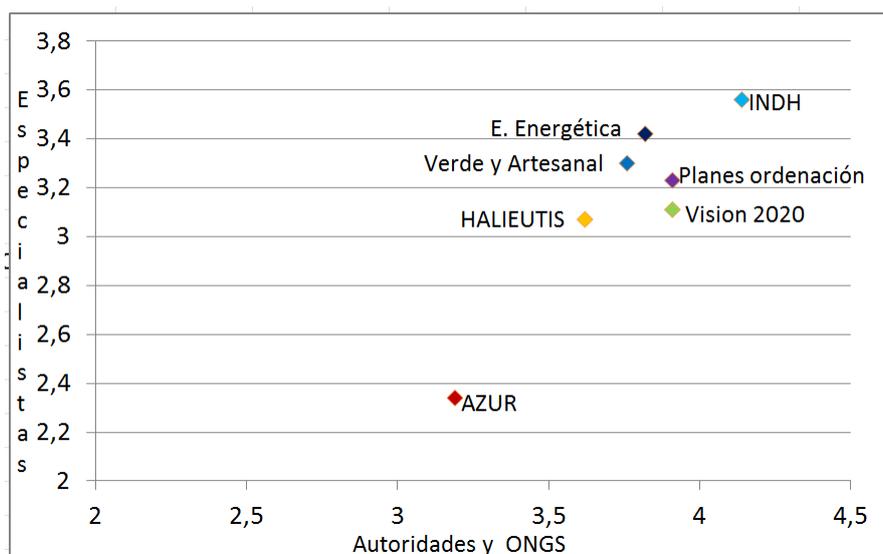
### 3.3. Apoyo institucional: políticas, programas y ayudas

Se incluyeron varias preguntas dirigidas a las autoridades y miembros de organizaciones no gubernamentales así como a especialistas académicos con el propósito de que evaluaran la relación que las diferentes estrategias y planes de ámbito estatal y local que se están llevando cabo en Marruecos tienen con el turismo comunitario eco-cultural. Las cuestiones no fueron similares a los colectivos por razones operativas. No obstante, a ambos grupos se les preguntó sobre un número reducido de estrategias y planes estatales: la Visión 2020 y el Plan Azur, la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano (INDH) que lleva a cabo el Reino de Marruecos en cooperación con entidades financieras internacionales tales como el Banco Mundial y en el contexto de programas internacionales de desarrollo; los planes de ordenación territorial aprobados a diferentes escalas de intervención (Plan Nacional de Ordenación Territorial- *Schéma National d'Amenagement Territoriale*; Plan Regional de Ordenación Territorial- *Schéma Regionale d'Amenagement Territoriale*; Plan Director de Ordenación Urbana- *Schéma Directeur d'Amenagement Urbain*); la estrategia energética marroquí; el Plan Marruecos Verde centrado en el desarrollo agrario, la estrategia de desarrollo artesanal aprobada a escala estatal y regional y el Programa Halieutis, orientado al desarrollo del sector pesquero.

La gran apuesta de desarrollo turístico de Marruecos, el Plan Azur, que se centra en la edificación de grandes resorts en la zona costera y que va a dar lugar a dos nuevos destinos en el área de estudio (Playa Blanca en Guelmim y Río de Chbika en Tan-Tan) es la opción que genera un mayor nivel de desacuerdo entre los entrevistados. Las autoridades creen que puede ser un elemento que estimule el turismo comunitario, mientras que los especialistas lo descartan por completo. La otra estrategia eminentemente turística, la Visión 2020, si puede ser un elemento de estímulo del turismo comunitario eco-cultural según la opinión de ambos grupos, aunque la valoración es menor entre los especialistas académicos, como se puede apreciar en el

diagrama de dispersión siguiente. Por tanto, la diferente percepción de los efectos directos e indirectos de la Visión 2020 y el Plan Azur sobre el turismo comunitario nos demuestra la existencia de lecturas diferentes sobre las consecuencias de ambos instrumentos de la política turística.

Figura 29. Nivel de conformidad de las autoridades y especialistas académicos sobre el nivel de apoyo al turismo comunitario eco-cultural de diferentes planes y estrategias



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

Los instrumentos que a juicio de ambos colectivos pueden en mayor medida suponer un estímulo al turismo eco-cultural son la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y en menor grado la estrategia energética marroquí, el programa agrario Marruecos Verde, la Estrategia de Desarrollo Artesanal y los diferentes planes de ordenación territorial.

La estrategia energética nacional incluye grandes proyectos en la zona, tales como el parque eólico y la planta solar de Sebkhath Tah, ambos en Tarfaya. El hecho de que estén basados en energías renovables, y que por tanto, no supongan un efecto pernicioso sobre los recursos territoriales de la zona; que supongan mejorar las infraestructuras para uso turístico y que se asocien con el desarrollo sostenible son elementos que han condicionado que los entrevistados consideren la política energética en la zona como un posible estímulo para el turismo eco-cultural.

La relación con el Programa Agrario Marruecos Verde y la Estrategia de Desarrollo Artesanal se establece, a nuestro juicio, por el hecho de que estos programas mejoran los recursos territoriales y culturales necesarios para los productos turísticos eco-culturales y, no tanto, porque estos programas mantengan líneas específicas de intervención de carácter turístico.

Es la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano la que estimula el turismo eco-cultural en mayor medida porque a diferencia de los anteriores planes si incluye programas específicos orientados al desarrollo comunitario. Por tanto, la financiación internacional al desarrollo y la cooperación de organismos supranacionales son percibidas como los principales instrumentos institucionales de fomento de este modelo de desarrollo local.

A las autoridades y miembros de ONG también se les preguntó sobre otras estrategias, programas e iniciativas políticas estatales y regionales. Entre las primeras se incluyeron la Estrategia RAWAJ, dirigida al desarrollo del comercio; la nueva regionalización del país recientemente aprobada (2015); el proyecto de regionalización avanzado dirigido a ampliar la autonomía en las tres regiones meridionales de Marruecos (Guelmim-Oued Noun, El Aaiún-Saguia El Hamra y Dajla-Oued Ed Dahab); la reciente reforma de las colectividades territoriales marroquí que ha organizado administrativamente el país y el programa E-Gobierno orientado al desarrollo de la administración electrónica.

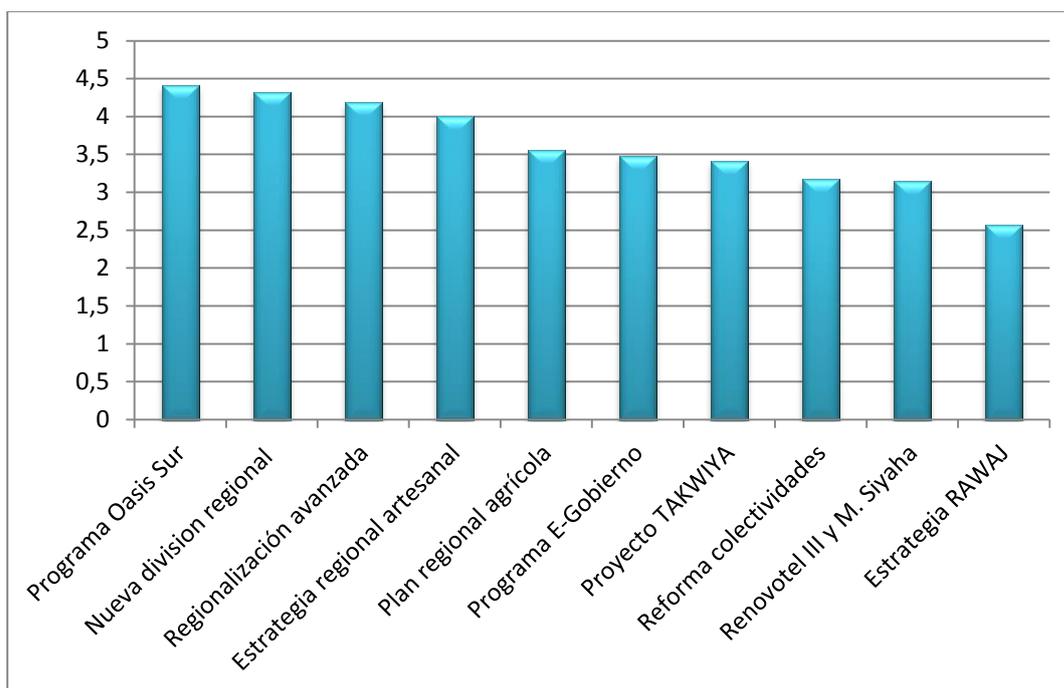
Los encuestados consideran que la nueva regionalización del país y el proyecto de regionalización avanzada son los elementos que más favorecen el desarrollo del turismo comunitario eco-cultural (4,32 y 4,18). Creemos que esta consideración se debe a que la nueva estructura territorial descentraliza la gestión financiera y administrativa pública y da autonomía a los organismos regionales, que son los que pueden apostar de una manera más decidida por esta modalidad turística, dado su mayor conocimiento del territorio.

Las iniciativas regionales incluidas en el cuestionario fueron el Programa Oasis Sur, que incluye medidas de desarrollo integral en torno a los principales oasis del sur del país; el proyecto TAKWIYA, orientado al fortalecimiento de cooperativas y asociaciones implementado por la Agencia de Desarrollo Social; la estrategia regional de desarrollo artesanal que dirige las Cámaras de Industria Artesanal; el Plan Regional

de Desarrollo Agrícola que dirige las Cámaras Agrícolas; el programa de apoyo turístico Renovotel III, orientado al apoyo a la renovación y modernización hotelera y el Programa Moussanada Siyaha, orientado al estímulo de la actividad turística.

En este caso destaca la valoración que le dan los encuestados al Programa Oasis Sur y a la Estrategia Regional de Desarrollo Artesanal. De hecho, el programa Oasis Sur, aunque se oriente a un desarrollo integral que incluye otras actividades diferentes al turismo, ha centrado gran parte de sus acciones al estímulo y financiación de proyectos turísticos. Por el contrario, el programa Renovotel III no implica un apoyo sustancial a fórmulas turísticas comunitarias, a juicio de las autoridades encuestadas. La complejidad administrativa para beneficiarse de sus ayudas y su propia orientación conceptual provoca que los pequeños negocios no puedan optar.

Figura 30. Valoraciones promedio entre las autoridades y ONG de diferentes planes y estrategias estatales y regionales



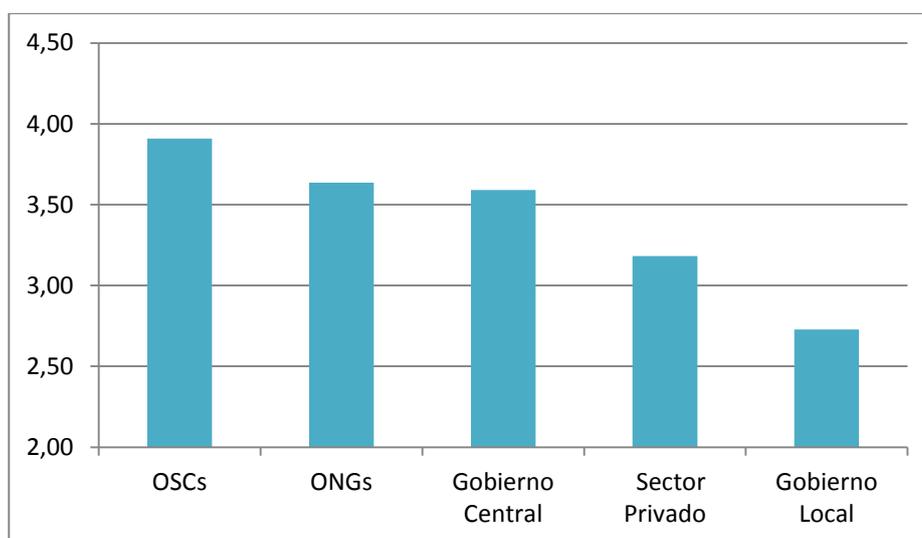
Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

En resumen, aunque la actuación institucional en la zona es diversa, pocas de esas actuaciones tienen una incidencia directa en el desarrollo del turismo comunitario como opción estratégica.

De manera complementaria al análisis realizado, se le preguntó a instituciones y organizaciones no gubernamentales comprometidas en mayor o menor medida con el turismo comunitario eco-cultural y que reciben o han recibido ayudas para el desarrollo de alguna actividad o proyecto, sobre el tipo de ayudas públicas de las que se benefician o se han beneficiado. En concreto, las cuestiones se centraron en las ayudas en formación, comercialización, financiación, equipamiento y/o suelo, infraestructuras y subvenciones en general. Por término medio, la opinión de los encuestados refleja no estar muy de acuerdo con el nivel de ayuda recibido. Tan sólo se registran valores algo superiores (en torno al 3) en el caso de las ayudas en formación, financiación y en equipamiento y/o suelo.

Asimismo, reconocen que las organizaciones no gubernamentales junto con asociaciones y otras entidades de la sociedad civil organizada son las que se implican de manera más decidida en el apoyo al turismo eco-cultural, con valores de conformidad promedios entre 3,9 y 3,6; frente al sector privado y los gobiernos locales, a los que se les atribuye puntuaciones inferiores, de 3,2 y 2,7 respectivamente (véase figura 31).

Figura 31. Valoraciones promedio entre las autoridades y ONG sobre la implicación de diferentes agentes en el turismo comunitario eco-cultural



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

Vista la escasa incidencia que la acción pública parece tener en el desarrollo turístico comunitario en la zona, cabe por tanto preguntarse qué tipo de intervenciones debiera de realizarse para desarrollar un modelo turístico eco-cultural. Algunas claves se aportan en el siguiente epígrafe.

#### **4- Bases de intervención para un modelo turístico comunitario**

A los organismos públicos y a las organizaciones no gubernamentales se le requirió que mostraran su nivel de conformidad con el tipo de actuaciones que habría que realizar en la zona para favorecer el desarrollo del modelo turístico eco-cultural comunitario. Se ofreció ocho opciones en las que se recogían diferentes líneas estratégicas de intervención. Unas centradas en la planificación de modelos globales para la zona o en proyectos concretos; otras en ayudas a las empresas comunitarias; varias se centraban en la mejora y puesta en valor del patrimonio y los espacios naturales y dos opciones destacaban el valor de la intermediación (información y marketing). En términos generales, no se aprecian diferencias importantes entre unas y otras. Se considera que es necesaria la puesta en práctica de todas las orientaciones estratégicas, con valores promedios en torno a cuatro.

Ahondando en este aspecto, también se les preguntó sobre las actuaciones a realizar para favorecer la participación e implicación de la población. En concreto, sobre el desarrollo de la colaboración público-privada, de organizaciones no gubernamentales, asociaciones eco-culturales, la participación de la población local y en concreto de mujeres y jóvenes y sobre la puesta en marcha de prácticas de trabajo participativo. De nuevo el nivel de conformidad es muy elevado (entre 4,3 y 4,8) en todos los casos. Destaca la necesidad, según los encuestados, de fomentar la participación de mujeres y jóvenes.

Junto con las valoraciones que se les requería a las organizaciones no gubernamentales e instituciones sobre las acciones a realizar para fomentar el turismo comunitarios, a los especialistas de universidades y centros de investigación se les pidió que valorase de qué manera la colaboración de Canarias y, en concreto, la de las universidades insulares, pueden favorecer el desarrollo de estas modalidades turísticas, dada la fuerte dependencia que tiene esta actividad de la ayuda internacional.

Preguntados sobre los ámbitos en los que puede ser viable la realización de proyectos turísticos que afecten a la zona de estudio y que impliquen la colaboración de agentes marroquíes y canarios, valoran positivamente las cuatro opciones que se ofrecen (turismos de sol y playa, cultural, aventura y ecológico) e incluso señalan otros ámbitos como el turismo deportivo o el gastronómico. El turismo ecológico es el que suscita más consenso, con un valor promedio de cuatro. Los resultados ponen en valor que no sólo cabe dirigir la inversión y el conocimiento turístico existente en Canarias hacia el turismo de sol y playa, sino que también puede ser aprovechado en fórmulas turísticas alternativas.

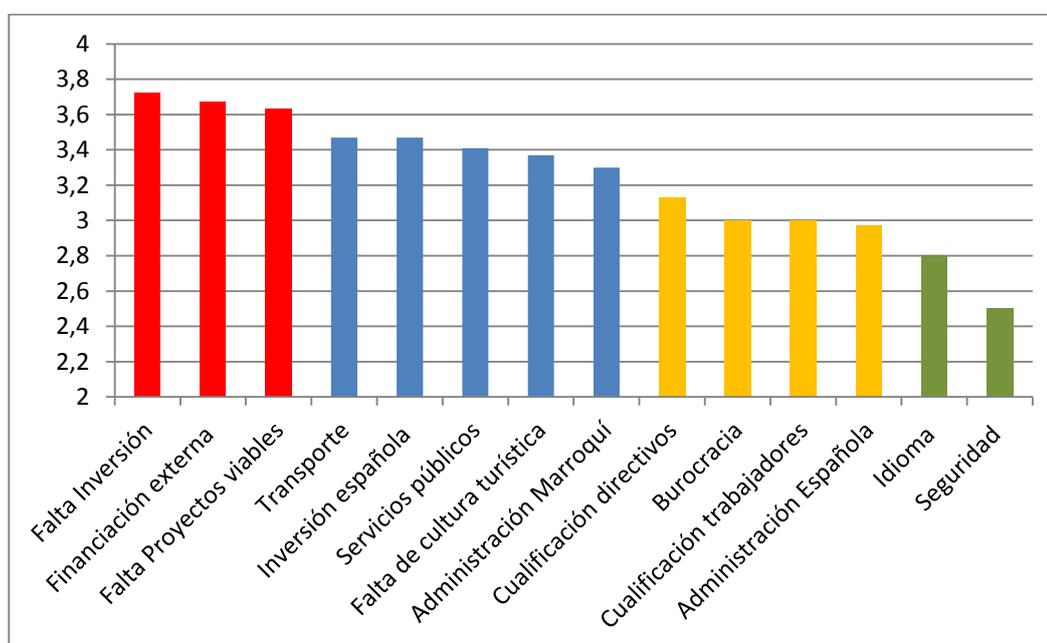
Cuando se les pregunta sobre iniciativas específicas que pueden ser desarrolladas debido a su alta potencialidad, mencionan el turismo de cruceros (con rutas que incluyan ambas zonas), el turismo náutico, la puesta en marcha de paquetes combinados Canarias+Sur de Marruecos y de iniciativas alternativas como Sahara Explora centradas en la organización de viajes especializados para el contacto con el desierto y su cultura. También señalan la necesidad de avanzar en la coordinación de organismos empresariales como las cámaras de comercio y de oficinas y patronatos turísticos de ambos lados.

En relación con las principales dificultades para que la colaboración canario-marroquí en proyectos turísticos de la zona de estudio pudiera dar buenos resultados, se preguntó a los encuestados a través de una cuestión cerrada en la que se ofrecían catorce opciones que englobaban factores económicos, administrativos, infraestructurales, sociales y políticos. La falta de inversión y las dificultades para acceder a la financiación externa son los dos factores que más condicionan el éxito de la colaboración canario-marroquí, con valores promedios en torno a 3,7. A estas dos variables se suma lo complejo que resulta crear un proyecto de colaboración viable. Estadísticamente estos tres factores se alejan en más de una dispersión de la valoración promedio (véase figura 32)

Por el contrario, la seguridad y el idioma son los elementos menos valorados y junto a ellos los factores relacionados con la cualificación de los trabajadores y directivos y los administrativos (burocracia, apoyo de ambas administraciones) conforman el conjunto de elementos que menos condicionan el éxito de la colaboración inter-territorial. Estos factores registran valores inferiores en más de una dispersión

respecto a la media y entre la media y una dispersión, respectivamente. Creemos que la cercanía geográfica e histórica entre ambas zonas favorece un mayor conocimiento territorial y eso conlleva que la percepción sobre elementos como la seguridad o los obstáculos lingüísticos pierdan relevancia. En una posición intermedia (entre la media y la media y una dispersión estándar) se encuentran los factores relacionados con las infraestructuras y los servicios públicos presentes en la zona, la orientación de la inversión española hacia el turismo masivo de sol y playa y la cultura del trabajo en torno al negocio turístico.

Figura 32. Valoraciones promedio sobre las dificultades para el desarrollo de colaboración turística canario-marroquí en la zona clasificadas en número de dispersiones



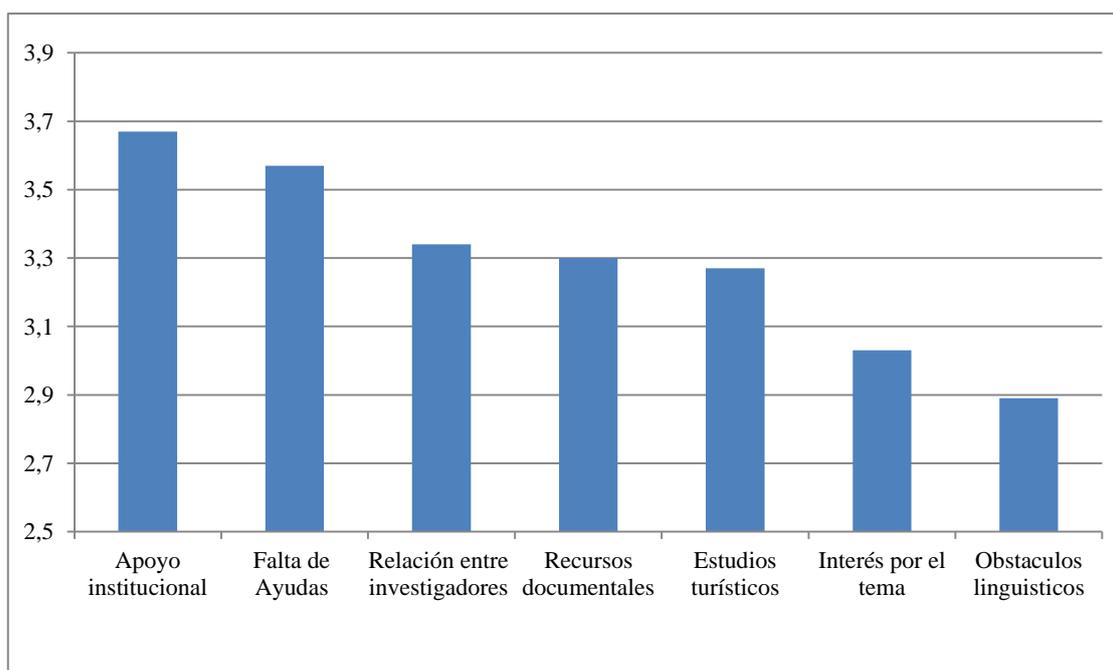
Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

En líneas generales, la mayor parte de los especialistas valoran positivamente los beneficios que podría reportar tanto para el Sur de Marruecos como para Canarias el desarrollo de prácticas colaborativas y mencionan algunas empresas hoteleras específicas y asociaciones de empresarios a la hora de hablar de colaboración. Sin embargo, creen que no hay un interés efectivo por avanzar en este sentido. No creen que esté en el horizonte estratégico de las autoridades canarias y marroquíes.

En el contexto de la colaboración universitaria, en especial entre las Universidades de Ibn Zohr de Agadir (la universidad más cercana al sur de Marruecos) y Las Palmas de Gran Canaria, los especialistas consideran que está aumentando en el ámbito genérico de la investigación y, sobre todo, en el contexto de los estudios turísticos (3,6 como valoración promedio). Consideran que es necesario avanzar en colaboración (3,5) pero no aprecian que a nivel académico se esté produciendo una transferencia a la sociedad. La valoración sobre la literatura científica que resulta de la colaboración en temas turísticos entre ambas universidades baja al 3,1.

Las principales dificultades para que no se avance en este campo, a juicio de los expertos encuestados, radican en la falta de apoyo institucional y de ayudas públicas y privadas. En coherencia con lo que pensaban en relación con la colaboración universitaria, destacan la menor importancia de los obstáculos lingüísticos y defienden el interés que los expertos universitarios tienen en el tema. No es, por tanto, un problema de falta de interés sino de la inexistencia de marco institucional que favorezca el desarrollo de proyectos entre ambas universidades, es un problema de voluntad política.

Figura 33. Valoraciones promedio sobre las dificultades para la colaboración en investigación turística entre la ULPGC e UIZA



Fuente: Elaboración propia. Encuestas, 2015.

La mayor parte de los encuestados cree necesario avanzar en la creación de redes interuniversitarias, intercambios de estudiantes y profesores, organización de eventos y seminarios, financiación de proyectos I+D colaborativos, etc. Atribuyen a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria un papel de líder en cualquier mejora al respecto y consideran que la situación mejorará en el futuro

## 5- Conclusiones

La zona de estudio tiene características potenciales para desarrollar cualquier modalidad turística, según los tres grupos de personas encuestadas. No obstante, entre las autoridades y representantes de organizaciones no gubernamentales, la cultura, los oasis y el paisaje de dunas son los elementos territoriales más destacados, mientras que los empresarios destacan la cultura y sobre todo, las playas. Esta diferencia a la hora de valorar los recursos territoriales para el turismo condiciona que los colectivos consideren diferentes modalidades turísticas como las más apropiadas. Las autoridades y académicos piensan que las mejores opciones son el turismo ecológico y cultural, mientras que los empresarios valoran especialmente el turismo de sol y playa, además del ecológico.

Por tanto, el turismo cultural y ecológico es una opción turística adecuada para la zona de estudio. El hecho de que sea viable, sobre todo teniendo presente que conllevaría una implementación de base comunitaria, dependerá de los obstáculos existentes. En este sentido, el análisis de los promedios por tipo de indicador pone de manifiesto que los principales obstáculos están relacionados con el nivel de desarrollo socio-económico del área y con la existencia de infraestructuras turísticas, pero también, con aspectos administrativos, de planificación y gestión. La formación, la red de transporte y comunicaciones existente, la falta de infraestructuras turísticas y la limitación de los recursos financieros son los principales hándicaps. Todo ello, nos hace valorar que existen obstáculos de importancia a superar para convertir el turismo eco-cultural de base comunitaria en una opción viable.

En cambio, las características sociológicas y la situación política no son elementos que tengan una repercusión clara. Los tres grupos destacan la escasa

incidencia de la actitud negativa de la población hacia el desarrollo turístico y del conflicto político del Sahara Occidental.

A pesar de las dificultades, es una modalidad turística que acarrearía ventajas importantes para la zona de análisis. Entre las consecuencias económicas los encuestados destacan el crecimiento del empleo, la mejora de la renta de la población y la atracción de la inversión exterior, es decir, la mejora en el nivel de vida en términos monetarios y la llegada de capitales de fuera del área de estudio. La principal consecuencia sociológica es el cambio de mentalidades que puede favorecer. Los encuestados consideran que no se generarían afecciones negativas sobre los espacios naturales, la cultura, los precios y la revalorización inmobiliaria. Por tanto, un modelo de baja densidad, que requiere de los recursos territoriales y no territoriales para su desarrollo, parece una opción sostenible y deseable, según las encuestas realizadas.

A pesar de ello, las autoridades no aprecian una relación directa entre el turismo eco-cultural y otros beneficios sociales, como el desarrollo de servicios públicos y la mejora educativa. No es por tanto una opción que genere las condiciones para un desarrollo social y humano relevante.

La valoración de las políticas actuales en la zona nos permite apreciar que estas no tienen mucho que ver con el desarrollo del turismo ecológico y cultural comunitario. A juicio de los encuestados, los instrumentos que tienen una mayor incidencia son la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y, en menor grado, la estrategia energética marroquí, el programa agrario Marruecos Verde, la Estrategia de Desarrollo Artesanal y los diferentes planes de ordenación territorial (el POS, sobre todo). Por tanto, la financiación internacional al desarrollo y la cooperación de organismos supranacionales son las principales vías de fomento de este modelo de desarrollo. La política turística marroquí no parece haber apostado por esta opción en el área de estudio y no existe un grado de autonomía a nivel local como para que se desencadenen iniciativas. La dependencia de la financiación internacional es muy elevada.

Teniendo presente este contexto, los encuestados valoraron qué se debería hacer para estimular el turismo cultural y ecológico de base comunitaria. El número de medidas a adoptar es grande, incluyendo la formulación de proyectos globales que creen una estrategia de desarrollo, ayudas a las empresas comunitarias, mejora y puesta en valor del patrimonio y de los espacios naturales, mejora en las infraestructuras turísticas

de información y comercialización, organización de fórmulas para desarrollar la participación e implicación de la población a través de asociaciones, cooperativas y otros instrumentos similares, articulación de mecanismos de colaboración público-privada y definición de mecanismos concretos que favorezcan la participación y el empoderamiento de mujeres y jóvenes.

En este sentido, en el marco de lo que se puede hacer, los académicos valoraron la cooperación entre Canarias y Marruecos, y de modo más preciso, la colaboración universitaria entre la ULPGC y la Universidad de Agadir. En general, consideraron que hay mucho que avanzar al respecto y que la falta de recursos y de financiación es el principal obstáculo para hacerlo. Los encuestados no consideran que a nivel institucional exista un interés por parte de los órganos de gobierno de Canarias y de Marruecos por lograr avances significativos. No forma parte de las agendas políticas de ambos territorios.

En síntesis, las encuestas ponen de manifiesto la potencialidad y la adecuación del turismo eco-cultural de base comunitaria para la zona, la gran cantidad de obstáculos para avanzar en su desarrollo en la zona de estudio y la falta de prioridad que al respecto conceden las administraciones marroquí y canaria.

## CAPÍTULO VI. EL PAPEL DE LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO EN EL TURISMO RURAL Y CULTURAL DE BASE COMUNITARIA

---

## 1- Introducción

En los capítulos precedentes hemos visto como el turismo en Marruecos se ha orientado hacia fórmulas de explotación globalizadas en las que los recursos locales se usan como instrumento de diferenciación. También vimos la diversidad de recursos paisajísticos y culturales que presenta la zona de estudio y, a tenor de esto, la potencialidad que ofrece según expertos, autoridades, responsables de empresas turísticas y de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo de modelos turísticos eco-culturales de base comunitaria.

La puesta en marcha de iniciativas en este sentido ha venido casi siempre de la mano de programas de desarrollo internacional, en los que la actividad turística de base comunitaria, se ha convertido en un instrumento de desarrollo local y de lucha contra la pobreza. Marruecos, amparado en la llegada de financiación del exterior, ha desarrollado dos programas de gran importancia: la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano (INDH) y el Programa Oasis del Sur (POS). Ambos se han llevado a la práctica en las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra. En este epígrafe presentamos las principales características de ambas iniciativas marroquíes, sostenidas por fondos internacionales debido a su ajuste con las acciones de Naciones Unidas respecto a los Objetivos del Milenio o con la política de cooperación al desarrollo de algunos de los principales inversores en Marruecos.

Además de ello, presentamos tres experiencias orientadas al desarrollo de la actividad turística que implican a la población local. La primera consiste en la creación de una empresa de prestación de servicios turísticos de ocio en Mirleft (Sidi Ifni). La segunda es la puesta en marcha de una asociación cultural y museística de clara vocación turística en Tarfaya. La última aborda la creación de alojamientos turísticos en viviendas rurales por parte de sus propietarios en el oasis de Tighmert (Guelmim). Las dos primeras están directamente relacionadas con la INDH, mientras la última se desarrolla en el marco del Programa Oasis del Sur. Las tres tienen en común que el principal agente turístico es local. Las dos primeras son emprendimientos protagonizados por jóvenes. En la última, este colectivo tiene también una alta implicación.

## **2- La apuesta de los organismos internacionales por el turismo rural comunitario como instrumento del desarrollo socioeconómico sostenible**

Las áreas rurales constituyen, en la mayor parte de los casos, un paradigma de los desequilibrios sociales y económicos entre territorios, desequilibrios que son aún más intensos en países no desarrollados (Esparcia, 2012). En Marruecos, las áreas rurales presentan menores niveles de calidad de vida, más desempleo y menos perspectivas laborales para la población, lo que deriva en un mayor porcentaje de población pobre. Ante este panorama, los jóvenes suelen emigrar a las áreas urbanas del país o al exterior, por lo que en la población de queda abundan las mujeres y los niños en estos espacios. La falta de formación es característica en estas comunidades, lo que se relaciona con peores tasas de escolarización.

En este contexto, desde el año 2000, coincidiendo con la aprobación de los objetivos del Milenio, las Naciones Unidas han puesto en marcha dos grandes programas coordinados que inciden especialmente en las áreas rurales por estar sus poblaciones en una situación de especial vulnerabilidad (ver tabla 17).

En las últimas décadas se ha visto al sector turístico como una herramienta de desarrollo de los ámbitos rurales de los países en desarrollo, a través de la puesta en marcha de fórmulas basadas en la comunidad local (UNWTO, 2015). En este sentido, la UNWTO (2002) señala que el turismo sostenible puede ser una herramienta fundamental para el desarrollo económico y para reducir la pobreza en determinadas áreas rurales. Este turismo debe estar basado en los recursos territoriales de las comunidades rurales y en las actividades y modos tradicionales de producir, de tal modo que puestos en valor, se transformen en oportunidades para el desarrollo de la actividad turística. De esta manera, la actividad turística puede ayudar a preservar recursos ambientales y culturales y actividades tradicionales en estos espacios a la par que genera nuevos empleos e ingresos complementarios, sobre todo para las mujeres y jóvenes.

Tabla 17. Objetivos de los Programas de Naciones Unidas para el Desarrollo

Objetivos del Milenio (2000-2015)	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (2015-2030)
<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la pobreza extrema y el hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la enseñanza primaria universal</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Reducir la mortalidad infantil</p> <p><b>Objetivo 5:</b> Mejorar la salud materna</p> <p><b>Objetivo 6:</b> Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades</p> <p><b>Objetivo 7:</b> Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.</p>	<p><b>Objetivo 1:</b> Poner fin a la pobreza</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Hambre Cero</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Buena salud</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Educación de calidad</p> <p><b>Objetivo 5:</b> Igualdad de género</p> <p><b>Objetivo 6:</b> Agua limpia y saneamiento</p> <p><b>Objetivo 7:</b> Energía asequible y sostenible</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Trabajo decente y crecimiento económico</p> <p><b>Objetivo 9:</b> Fomento de la industria, la innovación y las infraestructuras</p> <p><b>Objetivo 10:</b> Reducir inequidades</p> <p><b>Objetivo 11:</b> Ciudades y comunidades sostenibles</p> <p><b>Objetivo 12:</b> Consumo responsable y producción</p> <p><b>Objetivo 13:</b> Acción climática</p> <p><b>Objetivo 14:</b> Vida marina</p> <p><b>Objetivo 15:</b> Vida en la tierra</p> <p><b>Objetivo 16:</b> Paz, justicia e instituciones fuertes</p> <p><b>Objetivo 17:</b> Alianzas para los objetivos</p>

Fuente: Elaboración propia a base de Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas - UNDP (<http://www.undp.org/>).

Por este motivo, en el 2003, el año en el que entró a formar parte la Organización Mundial del Turismo del sistema de Naciones Unidas, la UNWTO se vio impelida a crear algunos programas que se alinearan con los Objetivos del Milenio establecidos por Naciones Unidas en el 2000. En este contexto, se inició el programa *Sustainable Tourism – Eliminating Poverty* (ST-EP) al mismo tiempo que la UNWTO asumía la Declaración de Davos contra el Cambio Climático (2007), fortaleciendo sus actuaciones para favorecer la erradicación de la pobreza extrema y el hambre (Objetivo 1) y la sostenibilidad del medio ambiente (Objetivo 7).

El programa ST-EP, tiene como uno de sus mecanismos de actuación, “la creación y gestión de empresas turísticas por los pobres”, instrumento que define como un “mecanismo (que) implica la creación y gestión por los pobres de empresas turísticas..., ya sea individualmente o en el ámbito de una comunidad. Puede tratarse de establecimientos de alojamiento, alimentación, transporte, establecimientos de venta al por menor, guías y entretenimiento”, y además apunta que “la creación de empresas en el ámbito local tiene grandes ventajas pues pone la gestión y el control en manos de la población local, puede garantizar inversiones a largo plazo y permite a las empresas determinar el grado de explotación necesario para atraer consumidores”.

Esta línea de actuación de la UNWTO se ha ido potenciando en la medida en que han transcurrido los años, hasta tal punto que en 2014, el Día Mundial del Turismo se celebró bajo el tema de «Turismo y desarrollo comunitario», subrayando la dimensión comunitaria como uno de los pilares clave del desarrollo turístico sostenible. Son significativas las palabras del Secretario General de la UNWTO, Taleb Rifai, cuando subrayó que «no puede haber un verdadero desarrollo del turismo si ese desarrollo obra de algún modo en detrimento de los valores y la cultura de las comunidades receptoras o si los beneficios socioeconómicos que genera no llegan a percibirse directamente en las comunidades», y añadió que quería “invitar a todos los agentes del turismo y a las comunidades receptoras a reunirse y celebrar este día como símbolo de nuestros esfuerzos comunes por hacer del turismo un verdadero pilar del desarrollo comunitario y convertir a este en la base de un sector turístico más sostenible».

### **3- La Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y el Programa Oasis del Sur en el desarrollo del turismo rural y cultural comunitario**

El 25 de enero del 2016 Marruecos firmó la nueva Carta Nacional para el Turismo Sostenible, con el objetivo de unir esfuerzos de todos los actores en el sector para el desarrollo de un turismo responsable y sostenible. Esta nueva Carta, firmada con motivo de la primera edición del "Día de Marruecos por un turismo sostenible y responsable" hay que interpretarlo como el colofón de una acción política puesta en marcha con la aprobación de la Visión 2010 y sobre todo con la ejecución de dos programas nacionales, la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y el Programa

Oasis del Sur, vinculados a los grandes programas internacionales de lucha contra la pobreza.

La Carta sintetiza los compromisos de Marruecos con el desarrollo sostenible, con el objetivo de convertir al país en un destino de referencia para el turismo sostenible en la cuenca del Mediterráneo (Le Matin, 2016). Se centra en cuatro principios:

- Principio 1: Protección del medio ambiente y la biodiversidad
- Principio 2: Protección de la cultura y el patrimonio
- Principio 3: Priorización del desarrollo local y el respeto a las comunidades de acogida
- Principio 4: Adopción de los principios de equidad y de responsabilidad social

Se trata de una declaración teórica que vincula el turismo sostenible con la iniciativa local, la gobernanza desde las comunidades locales, la justicia, la equidad y la responsabilidad social.

### 3.1. La Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano

La Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano (INDH), emprendida en mayo de 2005, pretendió movilizar recursos institucionales y financieros en aras de una mejora de las condiciones de vida de la población. Es una estrategia de lucha contra la pobreza y la exclusión que se ciñó a barrios de chabola y/o pobres de las zonas urbanas y periurbanas y a comunas del medio rural, lugares en los que se padecía la ausencia de servicios sociales e infraestructuras elementales como sanidad, educación, agua, electricidad, infraestructuras culturales, etc.

La financiación de la iniciativa fue de 27.000 millones de dírham (unos 2.500 millones de euros) en dos fases: la primera, de 2006 a 2010, con 10.000 millones de dírham y la segunda, desde 2011 hasta 2015, con otros 17.000 millones de dírham (indh.ma). Una parte de este dinero lo aportó el Estado alauita, aunque en su mayoría el presupuesto se ha alimentado de los fondos procedentes del Banco Mundial.

Los principales ejes de actuación de la INDH han sido:

- Hacer frente al déficit social ampliando el acceso a los servicios sociales de base.
- Promover actividades creadoras de empleo y de ingresos estables.
- Adoptar soluciones para el sector informal.
- Ayudar a las personas en situación de gran vulnerabilidad o a los que tienen necesidades específicas.

La actuación se articuló a través de cinco programas específicos, basándose en un concepto de intervención integral en las zonas afectadas, que supuso que las administraciones públicas lideraran los programas pero con la participación de los diferentes componentes de la sociedad, tal como dice Mohamed Medouar<sup>8</sup>, director del proyecto de respaldo de la INDH del Banco Mundial, Los cinco programas principales llevados a cabo han sido:

- Programa de lucha contra la pobreza rural en beneficio de 702 comunas
- Programa de lucha contra la exclusión social en las zonas urbanas, para 532 barrios desfavorecidos
- Programa de lucha contra la precariedad a favor de diez grupos sociales en situaciones precarias (jóvenes sin hogar, niños de la calle, ancianos con demencia, etc.).
- Programa Transversal, orientado al fomento de actividades productivas generadoras de ingresos en las zonas menos desarrolladas de Marruecos.
- Programa de actuación territorial a favor de 22 provincias que implicó la ejecución de infraestructuras de transporte, salud, educación, agua potable y electrificación.

Entre 2005 y 2012, a través de la INDH se ha financiado más de 29.000 proyectos, de los que 5.553 han sido actividades generadoras de ingresos (AGI)<sup>9</sup>, Ha beneficiado, directa e indirectamente, a más de 7,9 millones de personas, distribuidas en 264 barrios urbanos y 403 comunidades rurales (Coordination Nationale de INDH,

<sup>8</sup> Mohamed Medouar, comunicación personal con el Banco Mundial, 03 de Agosto de 2010. (<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2010/08/03/morocco-fights-poverty-through-human-development-approach>)

<sup>9</sup> Los AGI se entiende como actividades económicas dirigidas a mejorar las condiciones de vida de los sectores (hogares) más necesitados. Puede tratarse de la producción de bienes o servicios - el comercio incluido - así como de una combinación de éstos, ya sea en zonas rurales o urbanas. En varios casos, las actividades se basan en la formación de grupos, aunque esto dista mucho de ser la regla universal.

2013). La INDH ha aportado fondos por valor de 12.300 millones de dírham, de un total presupuestario de 20.600 millones de dírham de inversión (ver tabla 18).

Según el Banco Mundial (2010), el 46% de los hogares de las zonas beneficiadas dicen haber mejorado su forma de vida, un 62% de los mismos tienen mayor acceso a las infraestructuras y un 58% declaran un aumento en el acceso a servicios socioeconómicos.

Además de los beneficios directos a los ciudadanos, el desarrollo de esta iniciativa ha supuesto la adquisición de mayores conocimientos en materia de desarrollo humano y un incremento importante de la participación ciudadana, de los gobiernos locales y provinciales y de las organizaciones no gubernamentales (ONG) en la gobernanza del territorio (Banco Mundial, 2010). En concreto, 9.500 asociaciones se han beneficiado de esta iniciativa (Coordination Nationale de INDH, 2013).

Tabla 18. Resultado de INDH según programas

<b>Proyecto</b>	<b>Número de proyectos</b>	<b>Número de acciones</b>	<b>Número de beneficiarios</b>
<b>Precariedad</b>	2.583	389	743.000
<b>Rural</b>	9.626	569	2.548.750
<b>Transversal</b>	12.009	1.832	2.352.970
<b>Urbano</b>	4.806	1.075	2.352.400
<b>Total</b>	29.024	3.865	7.997.120

Fuente: Elaboración propia a base de INDH (<http://www.indh.ma/index.php/es/>).

Los proyectos y acciones realizados en las cuatro provincias del área de estudio, los presupuestos comprometidos, el número de beneficiarios y la relación de estas actuaciones con los principales objetivos del INDH se recogen en las tablas 19 y 20.

Tabla 19. Datos globales de proyectos y acciones del INDH por provincias

Código	Provincia/prefectura	Nº de proyectos	Nº de acciones	Importe global	Parte de INDH	Nº de beneficiarios
7	SIDI IFNI	127	30	43.974.044	31.996.219	39.250
49	GUELMIM	43	125	88.919.249	35.127.145	50.740
57	TAN-TAN	31	10	17.177.710	16.777.710	12.800
73	TARFAYA	16	20	6.361.430	5.647.000	7.240
<b>Total de provincias</b>		217	185	156.432.433	89.548.074	110.030

Fuente: Elaboración propia. Coordination Nationale de INDH, 2013

Tabla 20. Proyectos y acciones del INDH por objetivo y provincia

Provincia/ Prefectura	Precariedad		Rural		Transversal		Urbano		Total	
	Proyecto	Acción	Proyecto	Acción	Proyecto	Acción	Proyecto	Acción	Proyecto	Acción
SIDI IFNI	7	4	82	18	24	6	14	2	127	30
GUELMIM	4	5	26	41	7	15	6	64	43	125
TAN-TAN	2	3	13	6	-	-	16	1	31	10
TARFAYA	1	4	2	7	13	9	-	-	16	20
<b>Total de provincias</b>	14	16	123	72	44	30	36	67	217	185

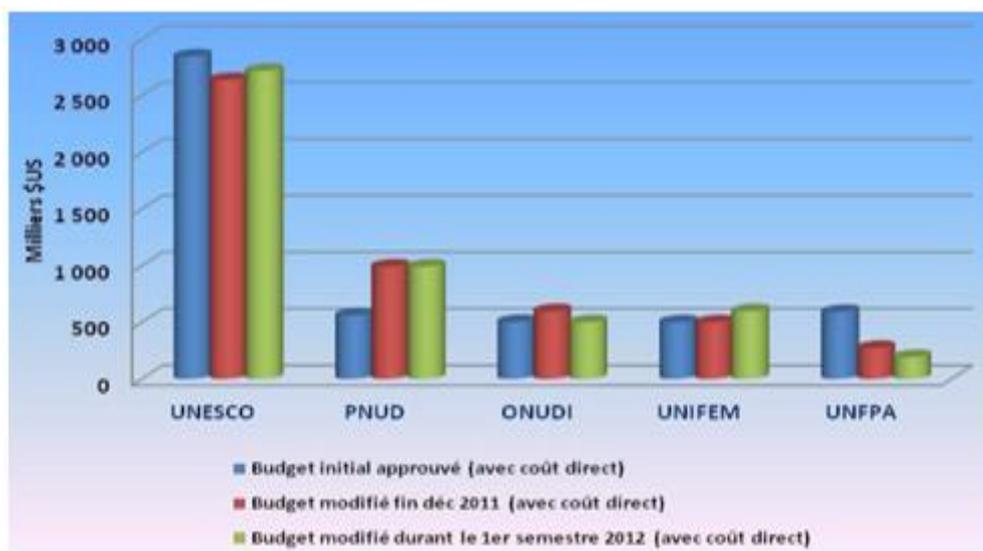
Fuente: Elaboración propia. Coordination Nationale de INDH, 2013

### 3.2. Programa Oasis del Sur

El Programa Oasis del Sur (POS), fue desarrollado entre 2006 y 2012 por la Agencia para la Promoción y el Desarrollo Económico y Social de las provincias del Sur de Marruecos (Agencia del Sur), en colaboración con otros socios nacionales y locales, así como con diferentes organismos de las Naciones Unidas (UNESCO, PNUD,

ONUDI, UNIFEM y UNFPA)<sup>10</sup>. Ha sido financiado por el Fondo de Naciones Unidas para la realización de los Objetivos de desarrollo del Milenio (MDG-Fund) y por un fondo español creado expresamente para el cumplimiento de estos objetivo (F-OMD), dentro de la política de cooperación multinacional de España (ver figura 34).

Figura 34. Presupuesto aportado por las cinco agencias de la ONU en el Fondo para los Objetivos de Desarrollo del Milenio en Marruecos



Fuente: Bajeddi, M. Tagemouati, L, N. (2012)

Se aprobó con el objetivo de favorecer la preservación de los oasis del sur de Marruecos, mejorar el nivel de vida de la población local, disminuir la pobreza y favorecer una sociedad más igualitaria entre hombre y mujeres, a través de la promoción económica de estos espacios. Para ello apostó claramente por la puesta en valor de los recursos productivos (agricultura, ganadería, artesanía) y el desarrollo turístico de calidad en el entorno de estos ecosistemas y por un modelo de intervención en el que las instituciones regionales y locales y la ciudadanía, a través de medios formales e informales de participación, se involucraran en el proyecto. En definitiva, pretendió enlazar directamente el patrimonio cultural y ambiental de estas zonas con la creación

<sup>10</sup> UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.  
 PNUD/ UNDP: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.  
 ONUDI/ UNIDO: Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial.  
 UNIFEM: Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.  
 FNUAP/ UNFPA: Fondo de Naciones Unidas para la Población.

de actividades generadoras de ingresos y de puestos de trabajo para la población más vulnerable, especialmente las mujeres y los jóvenes. En este sentido, el 31% de los beneficiarios del programa ha sido jóvenes de entre 25 y 39 años y el 19%, mujeres (ver figura 36).

Figura 35. Objetivos del POS



Fuente: Elaboración propia a partir de Programme Oasis Sud – APDS /PNUD, 2008.

El desarrollo del programa ha supuesto la puesta en marcha de Planes de Desarrollo Comunal (PDC) que han articulado las diferentes actuaciones que se han orientado a:

- La mejora de las infraestructuras en el entorno de los oasis.
- La ayuda financiera y no financiera para empresas y cooperativas implicadas en la dinamización económica de los oasis.

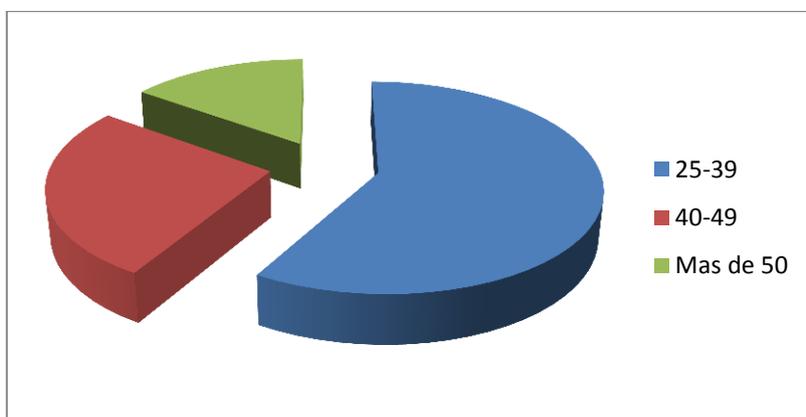
- La recuperación y mejora del entorno natural, en especial de la biodiversidad y de los recursos hídricos.

En lo que concierne al turismo como actividad complementaria, el POS ha impulsado:

- La puesta en marcha de una estrategia para promover el ecoturismo y el turismo cultural en los oasis del sur, apoyándose en grupos de trabajo en los que participaron la administración central, la regional y la local.
- La creación de unidades alojativas y de circuitos de visitas en los oasis.
- La construcción de una oficina de turismo en Tighmert y la producción de materiales de promoción

La consecución del programa ha supuesto la realización de 710 proyectos distribuidos en 56 municipios, de los que 11 son urbanos, y ha creado 5.585 puestos de trabajo. La posibilidad de crear pequeños negocios de carácter artesanal o turístico ha permitido que jóvenes y mujeres consiguiesen llevar adelante una actividad productiva.

Figura 36. Edad de los beneficiarios de POS (en %)



Fuente: elaboración propia a base de Mounya Nejjar, 2015

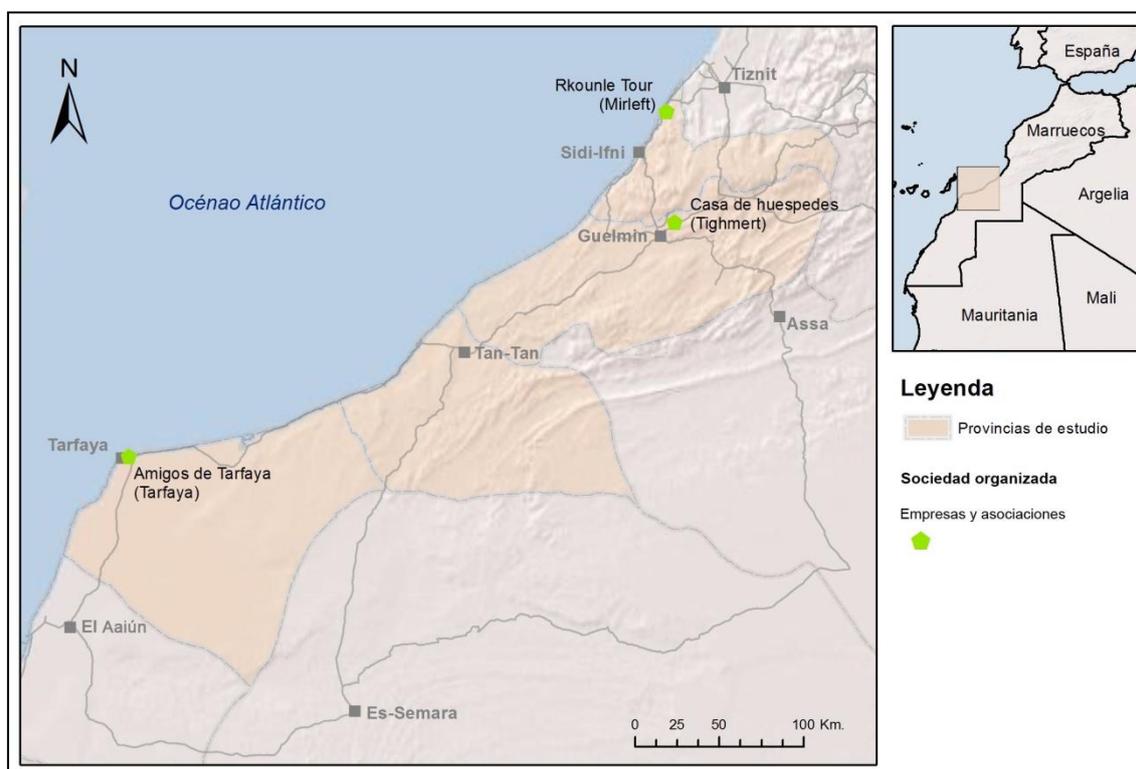
Las regiones de Guelmim-Oued Noun y El Aaiún-Saguia El Hamra son dos de las cuatro regiones incluidas en el programa. Estos dos espacios cuentan con amplias áreas rurales con población tribal seminómada en las que aparecen oasis que concentran la mayor parte de la población. En su conjunto son espacios bien conservados, de gran valor paisajístico y ambiental, que han mantenido modos tradicionales de explotación y

una fuerte impronta cultural. En el caso de Guelmim-Oued Noun, la estrategia del POS se ha orientado al desarrollo del ecoturismo y el turismo cultural, incluyendo, de manera explícita, la puesta en valor del patrimonio, lo que ha supuesto la ejecución de 20 intervenciones turísticas en doce comunidades.

#### 4- El papel de la INDH en el desarrollo turístico: presentación de experiencias

A continuación revisaremos, a modo de caso, dos acciones productivas de diferente tipo. La primera, un emprendimiento en Mirleft (Sidi Ifni) está centrada en la generación de servicios complementarios de ocio para el turista, en un contexto de turismo rural o natural. La segunda, ubicada en Tarfaya, es una iniciativa de carácter cultural orientada a la captación de visitantes a partir del uso de recursos culturales y museísticos (ver figura 37).

Figura 37. Mapa de localización de las actuaciones financiadas por el INDH y el POS



Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1. Micro empresa comunitaria RKOUNTE TOUR en playa de Mirleft

Mirleft es un pequeño pueblo de la costa atlántica-sur marroquí, de unos 6.000 habitantes, situado a unos 28 km al norte de Sidi Ifni. Las principales actividades tradicionales en el pueblo son la pesca y el comercio pero cada vez más personas viven del turismo ya que en los últimos años han proliferado actividades como albergues, hoteles, restaurantes, servicios de guía turístico y otros servicios a los turistas. Una parte importante de los jóvenes del pueblo trabajan en el sector turístico de una manera informal, como guías turísticos u ofreciendo otros servicios a los turistas. Buena parte del desarrollo turístico de Mirleft se relaciona con la INDH.

En la provincia de Sidi Ifni se han aprobado, entre 2005 y 2012, un total de 127 proyectos en 30 acciones a través de la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano, lo que ha requerido una financiación estimada de 44 millones de dirhams, de los que 31,996 millones han sido aportados por la INDH. De ello se han beneficiado de manera directa 39.250 personas y en total unas 88.000 personas (coordination Nationale de INDH, 2013).

Una de las estrategias del INDH consiste en el apoyo a microproyectos empresariales que puedan jugar un rol importante en el desarrollo de la comunidad. Esta manera de orientar la ayuda se debe a que el principal limitante para el desarrollo social es la dificultad de acceso a la financiación. En Sidi Ifni, muchos de los proyectos financiados son de carácter turístico, porque la zona tiene una gran potencialidad, con abundantes recursos naturales y culturales. Además, el turismo puede tener efectos muy positivos para preservar la cultura local (Al-Oun y Al-Homoud, 2008), para recuperar manifestaciones culturales en parte ya perdidas y para construir un futuro sostenible respetando el pasado en Sidi Ifni.

Uno de estos microproyectos turísticos financiados con los fondos de la INDH es Rkounte Tour. Se trata de una empresa, constituida por siete jóvenes, dos de ellos mujeres, que ofrece diversos servicios a las turistas que llegan al pueblo, como visitas a los pueblos de las montañas de alrededor, senderismo, paseos por el campo en burro, interpretación turística, gestión de alojamiento en las casas de las familias de la población de Mirleft y de la zona, alquiler de bicicletas y motos y otros servicios de animación de carácter tradicional (ceremonia del té).

Figura 38. Fotos de actividades ofrecidas por los jóvenes de Rkounte Tour a las turistas



Fuente: Sociedad Rkounte Tour

La INDH colabora con el proyecto empresarial con el 75% de la financiación global y el 25% restante lo aportan los socios. La financiación se dedicó a la compra de cinco motos y varias bicicletas. Con ellas empezaron a trabajar desde el año 2013, con turistas nacionales y extranjeros que llegan a la zona. En 2016 el negocio ofrecía la suficiente rentabilidad como para que cuatro familias del pueblo pudieran subsistir.

El producto de Rkounte tour se centra en la experiencia turística, tal como señala Sliman Ben Hammouch<sup>11</sup>, el responsable de la sociedad Rkounte Tour, por lo que es vital que el turista se lo pase bien, tenga ganas de volver y cuente su experiencia a amigos y conocidos, de tal modo que estos se conviertan en potenciales visitantes. Rkounte Tour ofrece servicios que generan una experiencia enriquecedora basada en la cultura y el entorno junto a una atención eficiente, realizada por la gente del lugar. La satisfacción de sus clientes es el principal elemento que condiciona sus actuaciones de marketing.

---

<sup>11</sup> Ben Hammouch Sliman, entrevista, 13 de febrero de 2015

#### 4.2. La experiencia de la asociación Amigos de Tarfaya

En 2003, un grupo de jóvenes en la ciudad de Tarfaya creó la asociación “Los Amigos de Tarfaya” con el objetivo de crear un museo homenaje al escritor Antoine de Saint-Exupéry, con el objetivo de acabar con el aislamiento que padecía la ciudad, según Sadat Chaibata<sup>12</sup>, responsable de la asociación. Para ello contactaron con diferentes organizaciones nacionales e internacionales y especialmente con la fundación de la Mémoire d'Aéropostale (Memoria del Correo Aéreo), que unos años después ya organizaba el Rally Aéreo Anual Toulouse-Tarfaya-Saint Louis.

Esta iniciativa se asienta en la existencia de un recurso histórico, patrimonial y cultural de la ciudad que estaba casi inexplorado. En 1927 la Compagnie Générale Aéropostale, la sociedad de transporte aéreo con sede en Toulouse (Francia), fundada por el industrial Latecoère, inauguró el aeródromo de cabo Juby, en las cercanías de Tarfaya, con el fin de que se convirtiera en una escala en la ruta aerpostal que se había establecido entre Toulouse y Saint Louis, en Senegal. Hasta mediados de los años treinta esta ruta estuvo activa.

Antoine de Saint-Exupéry fue nombrado jefe de escala en Tarfaya en ese año. Permaneció en el puesto 18 meses, participó de hechos memorables como la negociación que mantuvo con las tribus insumisas de la zona para la liberación de un piloto que había sido retenido tras un aterrizaje forzoso y escribió allí su primera novela, *Courrier-Sud* (Correo del Sur).

Con el paso de los años, la fundación Mémoire d'Aéropostale, creada en 2004, fue capaz de organizar un rally aéreo de casi 10.000 kilómetros de viaje para recordar lo que había sido la ruta de correo aéreo que durante años hizo escala en las afueras de Tarfaya. El rally, en realidad, pretendía recordar las rutas que habían conectado Europa, África y América del Sur.

---

<sup>12</sup> Chaibata Sadat, entrevista telefónica, 7 de febrero de 2015.

Figura 39. Fotos del Rally Aéreo Anual Toulouse-Tarfaya-Saint Louis 2016



Fuente: (rallyetoulousesaintlouis.com)

En ese mismo año, el 28 de septiembre, la asociación Amigos de Tarfaya y la fundación de Mémoire d'Aéropostale inauguraron el museo Antoine de Saint-Exupéry de Tarfaya en la Casa de la Iniciativa. El museo es gestionado por la asociación pero financiado por el Ayuntamiento de Toulouse y por la compañía aérea Airbus. Llegó a formar parte de una red de cinco museos aeropostales, pero en la actualidad es el único que permanece abierto, ya que los inaugurados en Nuadibú, Dakar, Rabat y Barcelona han cerrado sus puertas. El museo cuenta con una muestra permanente y organiza exposiciones temporales.

Figura 40. Fotos del sede del museo Antoine de Saint-Exupéry de Tarfaya



Fuente: (guiademarruecos.com)

Para fomentar la visita al museo de Tarfaya, la asociación contactó con la editorial de dos famosas guías turísticas a nivel internacional: la Guide du Routard (francés) y Lonely Planet (inglés), como estrategia de marketing. Antes de que se realizase esta actuación, en la Guide du Routard sólo se mencionaba a la ciudad en un único párrafo y se aconsejaba a los turistas que no entrasen en Tarfaya sin gasolina y comida. Lonely Planet recomendaba a los posibles visitantes que, a no ser que no tuvieran que hacer algo importante en la ciudad de Tarfaya, se abstuvieran de ir.

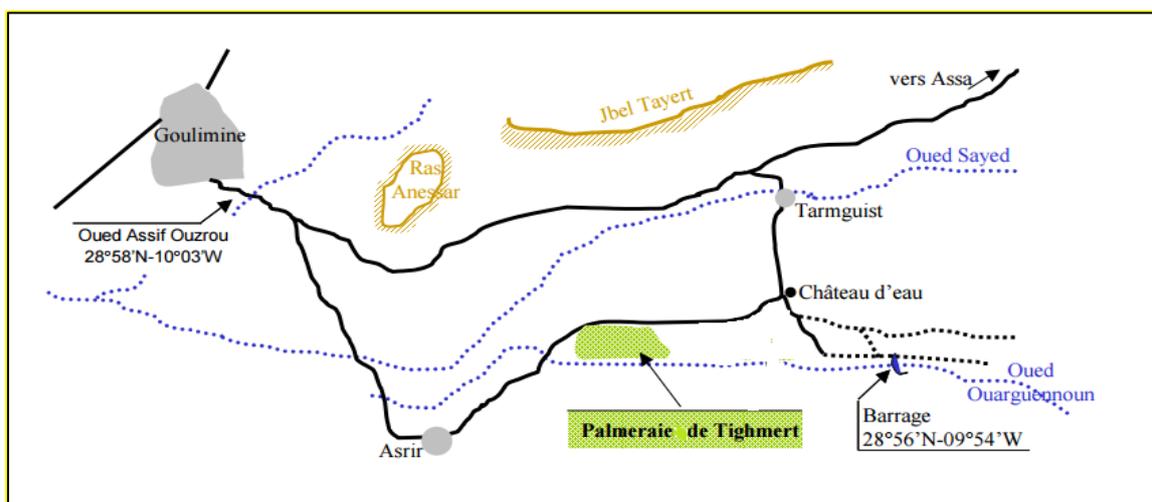
La situación cambió completamente después de que los responsables de las guías visitaran la ciudad y contactaran con los miembros de la asociación que les informaron sobre los recursos turísticos de la ciudad y su infraestructura. La información sobre la ciudad pasó de un párrafo a tres páginas en la Guide du Routard y a dos páginas con anexo del Aeropostal en Lonely Planet.

El número de visitas a la ciudad se ha incrementado sustancialmente desde que se puso en marcha esta iniciativa y se realizaron las actuaciones de comercialización indicadas. Por tanto, la iniciativa y el espíritu emprendedor de un grupo de jóvenes han permitido poner en valor un recurso cultural e incrementar las visitas turísticas a la ciudad, lo que ha generado autoempleo y efectos indirectos.

## **5- El programa Oasis del Sur (POS) y la creación de casas de huéspedes en la comuna rural de Tighmert**

Tighmert, un pueblo de unos 2.500 habitantes que se encuentra a 13 km al sureste de la ciudad de Guelmim, en la comunidad rural de Asrir, tiene uno de los mayores oasis de palmeras de Marruecos, con casi 10 km de longitud. Este espacio tiene una gran potencialidad turística porque en él se ha mantenido el estilo de vida tradicional de las comunas rurales de esta zona, con el desarrollo de un modelo productivo basado en la gestión sostenible del agua, su más valioso recurso (ver figuras 41).

Figura 41. Croquis de localización del oasis de Tighmert



Fuente: Bergier, 2009

El oasis está situado en la cuenca del Oued Noun de 7.000 km<sup>2</sup>, en la que se incrusta una red hidrográfica atlántica compuesta de cursos de agua temporales. La cuenca está constituida por una serie de depresiones comunicantes que se encajan entre la vertiente pre-sahariana del Anti Atlas y las estribaciones más occidentales del macizo del Bani. Esta inmensa región, auténtica zona de transición desde el punto de vista geo-ecológico (litoral / interior, montaña / llanura, estepa / desierto), socioeconómico (sedentarismo / nomadismo) y lingüístico (bereberohablantes / árabohablantes), está sembrada de oasis. Como es sabido, estas entidades paisajísticas históricas, se caracterizan por la suma de hábitats, parcelas de regadío y palmerales. A la sombra de las palmeras datileras, que constituyen sin duda sus elementos vegetales más emblemáticos, crecen frutales, cereales y hortalizas (Bokbot y Pintado, 2010).

Los oasis de la cuenca del Oued Noun sufren hoy una lenta agonía provocada por la menor disponibilidad de recursos hídricos, la inadecuación de la estructura de la propiedad de la tierra, la degradación de los suelos y la acción del bayud (enfermedad muy virulenta, provocada por el hongo patógeno *Fusarium oxysporum*) (Bokbot y Pintado, 2010). En este contexto, la actividad turística puede ser un instrumento para hacer frente a esta quiebra de los modos de vida tradicional, que está en el origen de una creciente pauperización y de un imparable éxodo rural.

A pesar de que el 60% de la población se dedique al sector agrario, el turismo empieza a ser uno de los sectores más importantes de la zona y, en concreto, desempeña un relevante papel en la economía de Tighmert, en donde empiezan a proliferar servicios de hospedaje, restauración, ocio, cultura, etc. Y esto se debe en parte porque el gobierno marroquí ha convertido esta zona en uno de los ámbitos de actuación piloto de un ambicioso programa de recuperación y revalorización de los paisajes de oasis y del patrimonio cultural de las provincias del sur.

En el contexto del Programa Oasis del Sur, se han desarrollado micro proyectos orientados a la creación de alojamiento y otros servicios turísticos. En Tighmert se han ejecutado varios proyectos de creación de casas de huéspedes (*maisons d'hôtes*) (Figura 42), financiados en un 80% por el POS y en un 20% por sus beneficiarios. La financiación del POS procede del PNUD. Dado que la población se mueve en un entorno de economía de subsistencia, no tiene ni capacitación ni posibilidades financieras de emprender un proyecto de estas características. Lo que tienen los habitantes de la zona son inmuebles construidos con técnicas y materiales tradicionales (barro, cañas, paja) de gran potencialidad para la explotación turística. Según Debah Ahmed<sup>13</sup>, El micro proyecto implica la restauración y adecuación de las viviendas, de tal manera que puedan tener características como para ofrecer un servicio de alojamiento en la modalidad de casa comunitaria compartida por la familia y por el turista (*chez l'habitant*). El alojamiento se suele ofrecer en habitaciones del inmueble o en *Jaimas* habilitadas para tal fin.

La habilitación de las viviendas como alojamiento implica, además de cumplir con ciertos estándares propios de calidad, una adecuación coherente con el modelo turístico internacional al que van destinadas, un turismo cultural y experiencial. Por eso, los proyectos suelen incluir la adecuación de las viviendas a las nuevas tecnologías de la comunicación y la inclusión de oferta gastronómica, animación basada en el contacto directo con las tradiciones familiares (ceremonia del té, preparación de alimentos) y con las actividades productivas agrarias desarrolladas por la familia de acogida. En algunos casos, además, desde el alojamiento se ofrecen paseos guiados por el oasis y visitas a los museos y monumentos de la zona. También hay viviendas que han habilitado salones de reuniones.

---

<sup>13</sup> Debah Ahmed, entrevista, 20 de Enero de 2016.

Figura 42. Letreros de casas de huéspedes de Tighmert



Fuente: (tripadvisor.fr)

Ante las buenas expectativas de los primeros proyectos que se acogieron al marco de ayudas del POS, la oferta de casas de huéspedes ha seguido creciendo gradualmente en los últimos años.

Los proyectos suponen una salvaguarda del patrimonio natural y cultural en la zona, en la medida en que lo ponen en valor productivo, al mismo tiempo que favorece la cohesión social dado que buena parte del producto turístico descansa en la labor de las mujeres de la casa. Frena el despoblamiento del valle, mejora los ingresos y por tanto la calidad de vida, favorece la apertura física y mental de la comuna hacia el exterior y mejora la auto-organización comunitaria, ya que es necesario planificar conjuntamente el producto turístico si se quiere su sostenibilidad. En zonas como esta supone superar las limitaciones de un sistema productivo agrario poco competitivo, mediante su recualificación con actividades complementarias.

## 6- Conclusiones

Hemos visto en el este capítulo que desde 2006 se han desarrollado diversos proyectos turísticos locales en la zona de estudio gracias a la puesta en marcha de dos programas marroquíes de desarrollo, la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano y el Programa Oasis del Sur. Ambos programas fueron aprobados para obtener las ayudas al

desarrollo de Naciones Unidas en relación con los Objetivos de Desarrollo del Milenio y de la política de cooperación internacional de España.

Cuando se iniciaron estas actuaciones, no existían prácticamente instalaciones turísticas en las provincias estudiadas, por lo que las intervenciones se pueden considerar como pioneras. Un poco después, gracias a la visión 2010, se plantearon los primeros proyectos de creación de resorts turísticos masivos en las zonas costeras, proyectos que, a día de hoy, presentan un bajo nivel de realización.

La puesta en marcha de estas iniciativas supuso la implantación de un modelo turístico con fuerte implicación de la población local, apoyado en los recursos culturales y naturales de la zona, de bajo impacto territorial y complementario a las actividades tradicionales. La estructura productiva se basaba en microempresas, a veces familiares, y asociaciones. Suponía generar riqueza para la población a través de la dotación de recursos para la financiación de los proyectos, el verdadero factor limitante de todas las actuaciones.

Este tipo de intervenciones ha incidido en una mejora de las condiciones de vida de la población y ha colaborado en su mantenimiento en el territorio, además de tener efectos positivos sobre los recursos naturales y culturales, pero, sobre todo, forma parte de un modelo turístico en el que la población local sigue siendo dueña de su entorno. El territorio no se pone al servicio de empresas externas, sino que se toman las medidas para que los habitantes de la zona puedan vivir con más dignidad sin que se produzca un cambio radical de su modo de vida. Es un turismo para las personas, no para el gran capital.

Más allá de los beneficios concretos generados, las actuaciones realizadas tuvieron un fuerte carácter demostrativo. Permitieron mostrar que era posible desarrollar un modelo turístico diferente, aunque en sentido estricto, no podemos denominarlo como comunitario, dada la fuerte tutela de las instituciones nacionales y regionales y el bajo nivel de organización de la comunidad.

## CAPÍTULO VII. LA MUJER EN LA VALORIZACIÓN DE LA CULTURA LOCAL PARA EL TURISMO DE BASE COMUNITARIA

---

## 1- Introducción

Tradicionalmente, el turismo en Marruecos estaba basado en un turismo cultural anclado en las rutas tradicionales que incluían el eje Marrakech-Fez-Meknes (las llamadas ciudades imperiales) combinadas con cierto turismo de aventura en los desiertos y oasis del sur y en la cordillera del Atlas. Sin embargo, la política turística marroquí, que tanto obvió durante años el potencial que ofrecían los 3.500 kilómetros de costa casi virgen, tanto atlántica como mediterránea (Murillo y Trullás, 2007), ideó dos planes estratégicos (Visión 2010 y 2020), con el objetivo de convertir el turismo en uno de los sectores claves del desarrollo económico del país. Estas estrategias supusieron el establecimiento de un marco de concertación entre los poderes públicos y los profesionales del sector para permitir alcanzar el objetivo de 10 millones de turistas en la visión 2010 y para situar al país entre los 20 principales destinos turísticos mundiales en la visión 2020. La consecución de estos objetivos requiere del desarrollo de diferentes modalidades turísticas, entre las que hay que mencionar la generalización territorial de formas turísticas culturales.

En el capítulo tres destacábamos la elevada incidencia del desempleo en la población regional, especialmente entre jóvenes y mujeres. El desarrollo de prácticas turísticas apoyadas en los recursos culturales y eco-culturales puede suponer que una parte de estos colectivos tenga oportunidad de generar recursos económicos propios suficientes como para mejorar sus condiciones de vida, al mismo tiempo que se producen importantes beneficios culturales (conservación del patrimonio cultural y puesta en valor) y eco-culturales (sostenibilidad de paisajes y modos tradiciones de relacionarse con el territorio)

La incorporación de estos dos colectivos al sector productivo no siempre es fácil en las provincias de sur, bien por la falta de oportunidades, bien por la baja capacitación. La iniciativa pública no tiene suficiente capacidad para impulsar dinámicas de cambio y la privada parece tener otros intereses más acordes con el capitalismo globalizado. Las prácticas de turismo comunitario vinculadas a la economía social puede ser una herramienta que permita la empleabilidad de jóvenes y mujeres y, por tanto, garantizar una mayor cohesión social, una sociedad más madura desde el punto de vista de la gobernanza y la conservación eco-cultural de la zona.

En este capítulo analizaremos tres prácticas específicas que se han desarrollado en las provincias de Sidi Ifni, Guelmim y Tan-Tan, centradas en el desarrollo de fórmulas cooperativas en torno a actividades tradicionales realizadas por las mujeres, como ejemplo de desarrollo local de la actividad turística como recurso económico complementario. En el primer caso, nos plantearemos la relación entre la cultura amazigh y los emprendimientos turísticos. En los dos últimos, ubicados en los oasis del sur, la tradición hasaní es la base cultural del producto. Previamente presentaremos en los tres siguientes epígrafes unas breves reflexiones sobre el turismo comunitario cultural, la cultura hasaní y el papel de la mujer como eje del turismo cultural.

## **2- La cultura y el turismo comunitario: intersección necesaria**

El término “cultura” es difícil de definir puesto que aborda tanto la experiencia como la identidad de una sociedad. Según la OMT, la cultura es el conjunto de “características espirituales, intelectuales y emocionales que describen a una sociedad o a un grupo social. No solo se incluye las artes y las letras, sino también los estilos de vida, los derechos fundamentales de los seres humanos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (Curiel, 2007). En consecuencia, la cultura debe ser definida como un sistema holístico y dinámico, tal como reflejan las teorías post-modernas.

El concepto de turismo cultural ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. Comienza siendo una modalidad de turismo cuyo objeto es, exclusivamente, el descubrimiento de sitios y monumentos, para llegar a ser considerado como el “viaje, a lugares diferentes de la residencia habitual, motivado por el deseo de conocer-comprender-estudiar otras culturas” (IDOM Ingeniería y Sistemas, 2011). En otras palabras, el viaje que permite experimentar otras culturas o atracciones culturales concretas. La cultura, entendida en sentido amplio, alimenta de contenidos la experiencia de la visita turística. En este cambio conceptual, el turista pasa de tener un papel pasivo, de mero observador, a otro activo, como protagonista de la actividad turística.

Se reconocen dos acepciones del término “turismo cultural”, tal como ha aportado la “Association for Tourism and Leisure Education” (ATLAS): la conceptual y la técnica. La primera se refiere al “traslado temporal de personas a una atracción

cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales”. En este caso, también cabría entenderlo como el deseo de vivir una cultura distinta. La segunda es la forma precisa en que esta necesidad se satisface e incluye todas las modalidades de “traslados de personas a una atracción cultural específica” (Richards, 1996: 24)

La atracción cultural es el elemento clave del turismo cultural y aquí cabe reconocer el patrimonio material e inmaterial de una sociedad, compuesto por el legado histórico, artístico y etnográfico de una comunidad, así como el modo de vida, los valores sociales, las creencias... Estas manifestaciones culturales pueden darse en un momento determinado o de manera habitual o permanente, y en ambos casos pueden convertir al destino en un foco de atracción turística (IDOM Ingeniería y Sistema, 2011).

Un término relacionado con la atracción cultural es el de patrimonio cultural. Este es el conjunto de bienes, tangibles e intangibles, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección. El patrimonio orbita en la esfera del recurso turístico, la atracción se relaciona con su puesta en valor para el consumo turístico.

En general, en las sociedades occidentales el consumo cultural ha aumentado en la medida en que se asocia al ocio. El turismo es una importante y creciente forma de materializar este consumo cultural y está influenciado cada vez más por el proceso de decisión y selección que realizan los turistas. La demanda de turismo cultural depende de un número de factores que pueden ser una combinación de necesidades y deseos, disponibilidad de tiempo y dinero, o imágenes, percepciones y actitudes entre otras cosas (Curiel, 2007).

Al ser un turismo muy apegado a los recursos territoriales, tiene una repercusión clara en el desarrollo local puesto que permite la generación de empresas y puestos de trabajo en ese ámbito, constituye una importante fuente de ingresos, en especial para países en desarrollo, puede actuar como motor de crecimiento de otras actividades económicas relacionadas e incentiva la creación y mejora de infraestructuras y servicios públicos. Además, si se adoptan fórmulas de desarrollo de base comunitaria genera mayor reparto de la riqueza y mayor equidad social que otras formas turísticas masivas

para toda la comunidad (Amador, Villarreal, Jiménez y Martínez, 2014; Jiménez, 2014; Doria, 2016). Al depender el turismo cultural de los recursos culturales y patrimoniales estrechamente vinculados con la población local, permite que los propios habitantes autogestionen los recursos y se conviertan en parte activa del producto turístico. Por tanto, el enfoque comunitario añade un marco más idóneo para el emprendimiento y para la capacitación.

Para que todos estos beneficios se produzcan y la propia actividad perdure, es necesario que la actividad turística cultural sea sostenible. Cuando el turismo se convierte en sostenible, se produce un incentivo económico inducido que permite la preservación de los recursos culturales para su uso de bajo impacto (Hassan, 2000). Para dar carácter de sostenibilidad al turismo cultural en los países en desarrollo, las necesidades y valores de los residentes, proveedores y visitantes se deben ajustar con una planificación prudente que facilite niveles aceptables de contacto entre residentes y visitantes (Derrett, 1996), por lo que es necesaria la cooperación constructiva entre la propia industria turística, los residentes y los órganos de gobierno (Middleton, 1997). Al mismo tiempo, es necesario que el sector público impulse el emprendimiento privado, mediante las acciones de capacitación o la potenciación de la financiación.

En síntesis, el turismo comunitario cultural es una opción de desarrollo no masificado, que genera empleo, diversifica la oferta turística, colabora en la conservación del patrimonio natural y cultural, asigna valor a los recursos locales en manos de pequeños productores, en su mayoría organizados en cooperativas o asociaciones comunales, y genera una mayor equidad social y territorial (Carrión, 2012).

### **3- La cultura hasaní como base para el desarrollo turístico**

Las provincias objeto de estudio de esta tesis presenta la peculiaridad de constituir el territorio tradicional del pueblo saharauí. Este, aunque formado mayoritariamente por tribus nómadas (Vega, Ahmed-Salem y García, 2009; Caratini, 2008), ha usado tradicionalmente estas tierras y las ha ocupado en la medida en que ha ido creciendo su proceso de sedentarización. Es un pueblo con una identidad cultural muy marcada, producto de su origen árabe, la influencia bereber (amazigh), la

colonización española y la influencia francesa y marroquí. Está marcada identidad cultural se manifiesta en el habla del hasaní o hasanía, un dialecto de origen árabe que puede considerarse como la lengua del desierto del Sahara Occidental y que es hablado en los territorios de la antigua provincia española, Mauritania, Sur de Marruecos, suroeste de Argelia y noroeste de Mali.

La sociedad saharauí se caracteriza por numerosas costumbres, tradiciones y festejos singulares, que tienen que ver con los distintos aspectos de la vida como la circuncisión, el compromiso matrimonial, la boda, el repudio, el nacimiento, el fallecimiento y los actos de entierro. Igualmente, hay otras tradiciones relacionadas con las celebraciones religiosas, particularmente las fiestas religiosas del Ramadán y del cordero. Encontramos además un arte culinario tradicional así como un tradicional modo de vestir, el llamado “al-malhfa” con que se atavían las mujeres y el “darrâa”, el traje de los hombres.

La impronta cultural se manifiesta también en las principales formas artísticas. La poesía, género literario predominante en la cultura hasaní, es un medio de expresión artística muy extendido en la zona y es un elemento fundamental en la vida social, en los encuentros familiares y tribales. Los cantos y los bailes tienen también un papel destacado. La artesanía (hoy organizada a través de cooperativas) tiene una gran importancia. Engloba diversas actividades que consisten en transformar materias primas naturales -como la lana, la crin, el cuero de caprino y camellero, el cobre, la plata y esmaltes de colores- en productos utilitarios u objetos de arte (joyería, calderería...). Específicamente, la provincia de Tan-Tan es conocida por la fabricación de muy bonitas joyas en plata afilegranada y por la utilización del cuero en la fabricación de muchos objetos.

A ello, hay que sumar una manera de vivir en la que el tiempo para el ocio, las relaciones sociales y la hospitalidad están presente; una manera tradicional de producir asentada en la relación que mantiene el hombre saharauí con su ganado y con los demás animales, particularmente con el camello, y una estructura social diferenciada en relación con otros pueblos de tradición árabe, en la que existe un mayor equilibrio entre hombres y mujeres. Este modo de vida revierte en la generación de un modelo de vivienda diferenciado, con un mobiliario con fuerte personalidad y adaptada a las peculiaridades del nomadismo o a las inclemencias del tiempo.

#### **4- La participación de las mujeres como palanca para el desarrollo del turístico comunitario cultural**

El turismo es una de las actividades con mayor participación femenina. En 2010, entre el 34 y el 40% de las personas empleadas en turismo eran mujeres, la actividad turística duplicaba el número de empleadoras existentes en otros sectores y el 23% de las asociaciones estaban dirigidas por mujeres (OMT y ONUM, 2013).

La mayor participación de la mujer en el turismo genera ventajas adicionales, sobre todo cuando se asocia al emprendimiento. Este es determinante para que las mujeres alcancen una mayor suficiencia económica y superen situaciones de pobreza y vulnerabilidad. Mejora su independencia, su capacidad para tomar decisiones, su nivel de autoestima, su posición en el seno familiar y en la sociedad, al generar auto-reconocimiento y reconocimiento por parte de sus parejas y de la sociedad en su conjunto, ya que se convierten en miembro familiar proveedor y no sólo reproductor de la familia. Favorece, además, el desarrollo o mejora de habilidades y el establecimiento de nuevas amistades o relaciones sociales (Ontiveros y Carrillo, 2015).

Esta aparente feminización del turismo tiene también su cara oculta. Por ejemplo, los negocios dirigidos por mujeres son más pequeños, generan menos empleos, usan más trabajo familiar no remunerado, tienen un menor nivel de ventas, reciben menos créditos, están con mayor frecuencia situados en el propio domicilio y tienen menos probabilidad de convertirse en empresas mayores y más probabilidad de desaparecer que los negocios creados por varones. Asimismo, el empleo femenino en el sector turístico se ha caracterizado por la flexibilidad de condiciones de trabajo, la rotación del personal, la prevalencia de trabajadores eventuales (Ferguson, 2010), la discriminación salarial y, en no pocos casos, el acoso (Huete, 2013). Además las mujeres son las que sustancialmente conforman el trabajo no pagado en los negocios turísticos basados en el hogar (Fuller, 2012).

A pesar de esto, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el ámbito del turismo y la OMT apuestan por el empoderamiento de la mujer en el negocio turístico como estrategia de desarrollo local y con el fin de materializar el quinto

objetivo de la nueva agenda de desarrollo sostenible aprobada por ambos organismos: «lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas».

Los principios para el empoderamiento de las mujeres según el Pacto Mundial de Naciones Unidas y ONU Mujeres, pretenden ofrecer al sector privado orientaciones prácticas sobre cómo favorecer a las mujeres en el lugar de trabajo, los mercados y la comunidad. En general el propósito de estas orientaciones prácticas tienen los siguientes objetivos:

- Tratar a todos los hombres y mujeres de forma equitativa, respetando y defendiendo los derechos humanos y la no discriminación.
- Velar por la salud, la seguridad y el bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras.
- Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres
- Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
- Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadenas de suministro y estrategia de marketing en el empoderamiento de las mujeres.
- Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias.
- Evaluar y difundir los progresos realizados en de la igualdad de género.

Dado que buena parte del acervo cultural es sustentado por las mujeres en los países en vías de desarrollo, el rol que adopta y puede adoptar la mujer es aún más destacado en el caso del turismo cultural. Cuando se adoptan fórmulas comunitarias, como así aconseja el Pacto Mundial de Naciones Unidas y ONU Mujeres, se consigue un mayor empoderamiento de éstas a través de la creación de microempresas, cooperativas y asociaciones y, por tanto, se logra una sociedad más igualitaria que a través del trabajo asalariado.

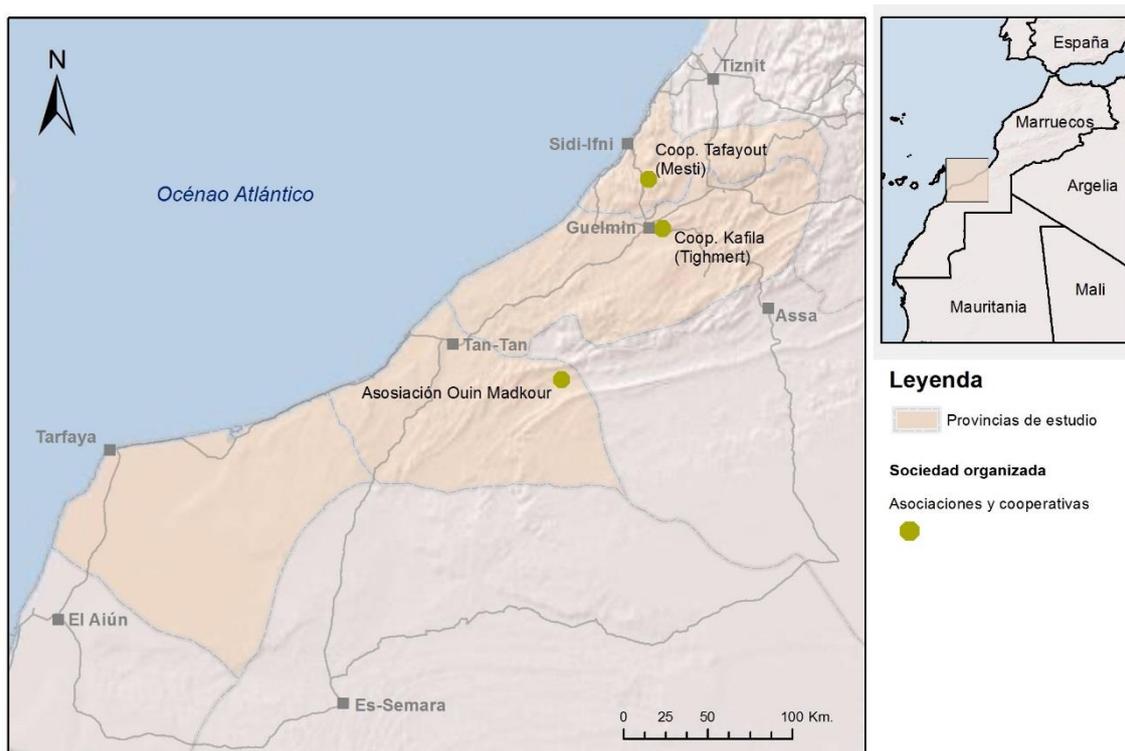
## **5- Las iniciativas del tejido asociativo femenino en la valoración de la cultura local a través de experiencias comunitarias**

En la última década, ha surgido una línea de proyectos de desarrollo local en las provincias del sur de Marruecos que promueve los emprendimientos de turismo

comunitario con perspectiva de género. Dado que, como en buena parte de los países en vía de desarrollo, las mujeres son las que mantienen las prácticas propias del acervo cultural, estos proyectos se han orientado a favorecer el desarrollo de emprendimientos vinculados al turismo cultural en cualquier de sus manifestaciones.

Por otro lado, la grave situación de desempleo que padecen las mujeres y los jóvenes en estas provincias ha hecho que se conciban estas iniciativas de desarrollo local como una fórmula para favorecer la inserción laboral y social de estos colectivos. De este modo han surgido cooperativas de artesanas y de restauración y proyectos de turismo vivencial que si tienen éxito servirán también para contrarrestar los efectos de la comercialización y exotización que suele predominar en el turismo manejado por las grandes empresas (Babb, 2010)

Figura 43. Mapa de localización de proyectos empresariales femeninos en el área de estudio



Elaboración propia.

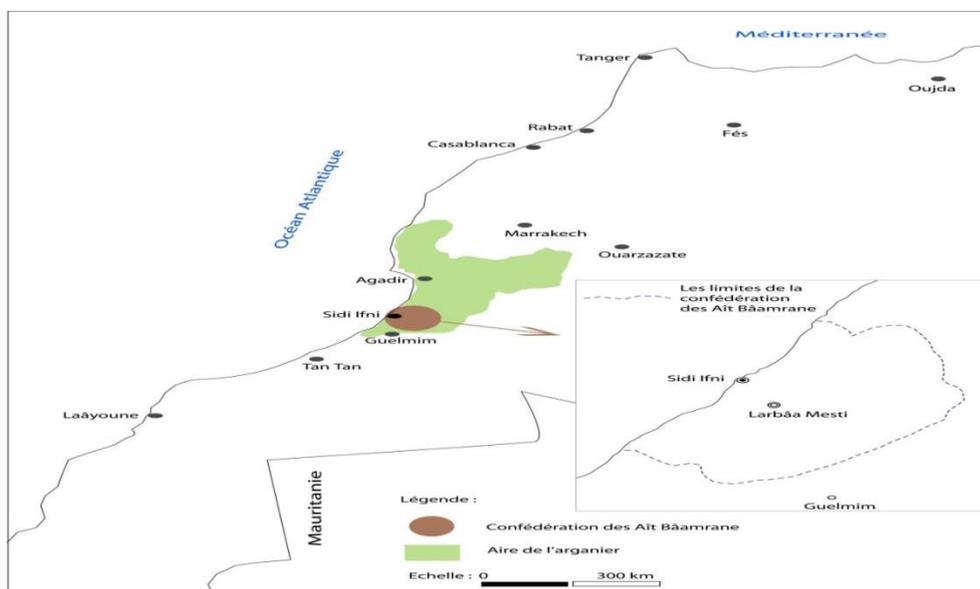
Analizaremos a continuación tres emprendimientos centrados en el desarrollo de fórmulas asociativas en torno a actividades tradicionales realizadas por las mujeres. En el primer caso, el de la cooperativa Tafyoucht en Mesti (Sidi Ifni), veremos como el

bagaje cultural Amazigh es usado como base del producto turístico. En los dos siguientes, centrados en las actividades artesanales hasaníes en los oasis del sur, se presentará las implicaciones que tienen estas iniciativas con el desarrollo local y el empoderamiento femenino. Se trata del ejemplo de la cooperativa Qafila en Tighmert (Guelmim) y de la Asociación Ouin Madkour para el desarrollo Social, Cultural y Turístico en Tan-Tan.

### 5.1. La cooperativa femenina de argán “Tafyoucht” en Mesti (Sidi Ifni)

Tafyoucht es una cooperativa de mujeres dedicadas a la producción de aceite de argán y productos cosméticos naturales derivados. La cooperativa está situada en la comuna rural de Mesti, de poco más de 4 mil habitantes, a 24 km de Sidi Ifni, en el sureste de la provincia. Mesti está enclavado en la zona arganera de Marruecos, situada a caballo entre las regiones de Sous-Massa y Guelmim-Oued Noun.

Figura 44. Área arganera y la comuna rural de Mesti



Fuente: Fauozi, 2012

El argán (*Argania Spinosa*) es un árbol de la familia de los Sapotáceos que crece solamente en la parte suroeste de Marruecos. Es un vestigio de la era Terciaria que, a

pesar de ser declarado Patrimonio Universal por la UNESCO en 1998 e inscrito en 2014 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2014), ha visto como desaparecía hasta la mitad de su población. Según las estimaciones más optimistas, se pierden cada año unas 600 hectáreas de arganes. Es víctima del clima y de la actividad humana, de la sobreexplotación, la tala por escasez de recursos, el urbanismo, el turismo desorganizado, el pastoreo y nuevas formas de cultivos intensivos que degradan su entorno y hacen peligrar no sólo su supervivencia sino también la de todo su ecosistema. La capacidad del argán para atrapar la humedad atmosférica nocturna, almacenar el agua y devolver parte de ella al subsuelo le convierte en una pieza clave para la subsistencia de una flora endémica que depende de él en un medio en el que las precipitaciones son escasas. Con razón, las tribus locales llamaron a este árbol mítico "el Padre de Todos".

Es, por tanto, de un enorme valor ambiental y cultural ya que durante siglos las mujeres amazigh -y en menor medida, los hombres- han usado métodos tradicionales para extraer aceite del fruto del argán. Las mujeres recogen los frutos del árbol, los secan, despulpan, trituran y machacan y luego escogen aquellos que serán torrefactados para generar aceite de consumo, mientras el resto será usado para la fabricación de productos cosméticos. El aceite tiene un alto valor nutritivo, similar al del aceite de oliva, pero, además, tiene propiedades medicinales (Perkins, 2006).

El mantenimiento de estas técnicas extractivas tradicionales y la recuperación del bosque de argán pueden favorecer especialmente a las mujeres y sus familias, mejorando sus ingresos y calidad de vida. Para ello es necesario desarrollar la actividad productora mediante la creación de fórmulas asociativas pero también potenciar el consumo turístico de este aceite.

Con este fin se creó la cooperativa Tafyoucht en 1998, con la asistencia de la asociación Ait Baamrane y en colaboración con la ONG Oxfam-Québec. Esta ONG ayudó a las mujeres con el equipamiento del local y proporcionó formación técnica sobre gestión, producción y venta. Posteriormente, en el marco de la INDH, la cooperativa recibió apoyo financiero para la compra de máquinas para la extracción,

prensado y torrefacción y para mejorar la comercialización del producto. Según entrevista realizada a Zahra Sidqi<sup>14</sup>, presidenta de la cooperativa.

Los objetivos principales de la INDH, en relación con el área arganera, han sido mejorar la situación de empleo de las mujeres, hacerlas participar de manera activa en el desarrollo económico de la región, concienciar a la población de la necesidad de proteger el árbol y todo su entorno y promover que todas las cooperativas se agrupen en un Grupo de Interés Económico GIE<sup>15</sup> para cumplir las exigencias del comercio internacional y las normas sanitarias en vigor y mejorar los mecanismos de comercialización y venta (de hecho, suelen usar redes sociales para este fin).

La cooperativa de Tafyoucht está constituida por 64 mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 70 años. Las hay de todos los estados civiles, aunque las casadas con hijos tienen problemas para permanecer en la cooperativa. Por término medio producen unos 100 litros al mes (Palacios, 2007), por lo que suelen ganar entre 35-50 dirhams (3-5 €) al día, lo que representa una mejora económica considerable, sobre todo si consideramos que muchas no habían trabajado nunca. La cooperativa se ha convertido además en un vehículo para que las mujeres mejoren sus niveles de alfabetización.

Tafyoucht también tiene un programa de conservación y reforestación para proteger el bosque de argán que se suma a las iniciativas que están adoptando las autoridades en este sentido (Faouzi, 2012).

---

<sup>14</sup> Sidqi Zahra. Entrevista, 13 de febrero de 2015

<sup>15</sup> El GIE es una agrupación de personas físicas o jurídicas de naturaleza jurídica original, distinta de la sociedad y de la asociación, cuyo objeto es facilitar el ejercicio de la actividad económica de sus integrantes a través del trabajo en común de ciertos aspectos de dicha actividad como realización de exposiciones de venta, servicios de importación o de exportación, laboratorios de investigación, etc.

Figura 45. Recolección y elaboración del aceite de argán.



Fuentes: Cooperativa Tafyoucht

Tafyoucht, como otras cooperativas similares, ha diversificado su actividad sumando a la producción de aceites y productos cosméticos, la explotación turística. Los talleres de la cooperativa pueden ser visitados y el turista puede contemplar el proceso productivo tradicional en torno al argán. La visita incluye la posibilidad de vender al turista parte de la producción. Todo ello redundando en un incremento de los beneficios hasta el punto que se ha estimado que los ingresos generados por mujer puede ascender hasta 5.000 dirhams al año (Nouaim, 2005). La definición del producto turístico para el turista internacional se ha realizado en los últimos años, orientándolo hacia el recorrido guiado con una fuerte carga experiencial. También se han diversificado y mejorado los mecanismos de comercialización. Se han incorporado intermediadores como la propia Guía Lonely Planet y se han llegado a acuerdos con empresas de prestación de servicios que desarrollan visitas guiadas en las instalaciones.

La organización de las mujeres en torno a la cooperativa supone además otros muchos beneficios para éstas más allá de los ingresos que obtienen. La autonomía económica y el hecho de que tengan que tomar decisiones provoca que las mujeres ganen en capacitación a nivel personal (autoconfianza, perspectiva del negocio, responsabilidad, compromiso...) y que obtengan un nuevo posicionamiento social y una mayor conciencia de sus derechos y obligaciones.

## 5.2. La cooperativa femenina Qafila en la comuna rural de Tighmert

El MDG-Fund España (Fondo para los Objetivos de Desarrollo del Milenio, F-ODM), puesto en marcha en 2007 a través de un acuerdo entre Naciones Unidas y el Gobierno de España, ha llevado a cabo en Marruecos entre 2008 y 2012, un programa denominado “El patrimonio cultural y las industrias creativas como instrumento de desarrollo en Marruecos”, en el que han participado diversas instituciones estatales, regionales y locales marroquíes. A escala estatal, participó entre otros la Agencia para la Promoción y el Desarrollo Económico y Social de las provincias del Sur del Reino de Marruecos (Agencia del Sur), principal responsable del programa POS.

El objetivo del Fondo ha sido el prestar apoyo a iniciativas para reducir la pobreza, mediante la promoción del desarrollo individual y comunitario de capacidades y oportunidades, dentro de la política multilateral de cooperación al desarrollo del gobierno de España. Para ello el Fondo se compone de una cuantía presupuestaria de 900 millones de dólares. Por tanto, la sinergia entre el POS y la cooperación española han permitido la materialización de actuaciones concretas en las comunas rurales del sur de Marruecos.

Las actuaciones que se han puesto en marcha han sido escogidas por su potencialidad para generar ingresos entre las mujeres, de ahí que se hayan denominado Actividades Generadoras de Recursos o Ingresos (AGR o AGI), y están basadas en los oficios tradicionales que estas mujeres suelen desempeñar (gastronomía, artesanía). Para la maximización de beneficios se han procurado potenciar las Agrupaciones de Interés Económico (GIE) en torno al cuscús, la cestería y la producción de tiendas tradicionales.

Una de esas actuaciones ha sido la que ha beneficiado a la cooperativa Qafila en Tighmert. En la comuna rural de Asrir han pervivido modos artesanales tradicionales de trabajo de cestería y de fabricación de tiendas nómadas. Las mujeres saharauis, que son las que se han dedicado a esta labor, han conseguido salvaguardar estos oficios manuales, transmitiendo el conocimiento de generación en generación.

Tabla 21. Beneficios de las Actividades Generadoras de Recursos (AGR)

Tipo de AGR	Intitulado	Nº Beneficiarios (PTDS)	Nº Beneficiarios (Evaluación AGR)
Cuscús y pastas	Cooperativa Tifaouines	23	33
	Cooperativa Sounboula	13	8
	Cooperativa Raidates	23	12
	Cooperativa Mujeres Asrir de cuscús y pastas	9	9
	Asociación Oum El Borj	60	60
<b>Total</b>		<b>128</b>	<b>122</b>
Cooperativas de dátiles	Taslikht	ND	17
	Taskela	ND	22
<b>Total</b>		<b>ND</b>	<b>39</b>
Tienda Saharai y cestería	Cooperativa Qafila Tighmert	19	23
	Cooperativa El Gourariates	13	12
	Asociación Nour-Oum El gardane	15	15
<b>Total</b>		<b>47</b>	<b>50</b>
cestería	Cooperativa Azaghar	26	18
	Cooperativa Afoulki Ezzaouia	70	15
	Cooperativa Borj Tagadirt	50	25
	Cooperativa Ait Rhal		
<b>Total</b>		<b>216</b>	<b>73</b>
<b>Total General</b>		<b>264</b>	<b>284</b>

Fuente: Bajeddi Y Tagemouati, 2012

La cestería se realiza en esta zona a partir del trabajo de las hojas de las especies de palmeras y de juncos presentes en los oasis. Las mujeres y hombres han subido tradicionalmente los troncos de las palmeras en Tighmert para cortar brotes blancos de hoja de palma adecuados para el trabajo artesanal. Una vez tratados convenientemente, suelen fabricar piezas tradicionales usadas a nivel local, como bandejas (*tbag*), recipientes para el pan (*mkab*), cestas, esteras de junco y palma (*hssayer*) y otros objetos de decoración.

Figura 46. Productos de cestería de Tighmert



Fuente: Documentación de L'Agence du sud et Programme du MDG-FUND

La duración del proceso de fabricación de un artículo de cestería depende de la velocidad y la habilidad de cada una de las artesanas y del tiempo disponible, por lo que la producción no es muy elevada, ya que las artesanas deben compartir estas tareas con las de la casa e incluso con las del campo. Además, en invierno, el frío provoca que la fibra se haga difícil de manejar y se interrumpa la producción.

En el caso de la fabricación de las *Jaimas* o tiendas nómadas, las mujeres suelen trabajar en grupo, de tal manera que cada una suele hacer aquello en lo que muestran una mayor habilidad. El trabajo comienza con el tratamiento de la materia prima, la lana de oveja y la piel de camello y cabra. En la primera etapa, la materia prima bruta se lava y se seca y luego se clasifica para ser hilada y tejida. Un equipo hace el cardado de la lana de las ovejas y camellos (*laoubar*) mientras que otro grupo mezcla los pelos de cabra con la lana, para obtener el hilo. Con este hilo se realiza el tejido manual con el fin de preparar el *flig*. Los *fligs* cosidos longitudinalmente forman la *Jaima*, que suelen contener de 6 a 10 *fligs*.

En torno a estas dos actividades artesanales se constituyó la cooperativa de mujeres Qafila por parte de la asociación Qafila en 2009<sup>16</sup>. La cooperativa se compone de 20 mujeres. En 2009 la Dirección Regional de Artesanía de Guelmim, la Agencia

<sup>16</sup> La asociación fue creada en 2003. Según su presidente, Abdeloïhed Doudjane, ha realizado diversas actuaciones (guardería para los niños, limpieza y curación de las palmeras de oasis, distribución de bicicletas para los alumnos del pueblo de Tighmert, construcción de un Hamam (SPA) ecológico en Tighmert, que funciona con placas solares) para la mejora socioeconómica y de las condiciones de vida de la población.

para la Promoción y el Desarrollo Económico y Social de las provincias del Sur del Reino de Marruecos y la Comunidad Rural de Asrir, con el apoyo financiero del programa MDG-Fund, comenzaron a impulsar esta iniciativa a través de medidas concretas orientadas a la mejora de las técnicas de producción, comercialización y explotación turística.

Figura 47. Proceso de fabricación de las *Jaimas*



Fuente: fotos propias.

Según la presidenta de la cooperativa, Halima Bardid<sup>17</sup>, se construyó una casa-taller (“Dar Farha”) en 2012 que incluía una sala de fabricación con maquinaria, otra de fabricación manual y una sala de exposición con los productos de la cooperativa. La ayuda recibida también ha permitido que la cooperativa pueda llevar sus productos a salones y ferias tanto nacionales como internacionales y ha favorecido que se incluya en una agrupación de cooperativas (GIE) con el fin de adaptar la producción a las necesidades internacionales del comercio justo. A nivel turístico, el apoyo del MDG-Fund ha posibilitado la creación de un punto de venta de los artículos tradicionales de cestería y la habilitación de visitas a las salas de trabajo manual.

En síntesis, la creación de la cooperativa y su posterior impulso a través del POS y del MDG-Fund ha generado importantes beneficios para las mujeres y la comunidad. En concreto, ha supuesto:

- Integrar las mujeres en el proceso de desarrollo de oasis, garantizando un incremento de rentas para ellas y sus familias. Cada mujer de la cooperativa

<sup>17</sup> Bardid Halima. Comunicación personal, 13 septiembre de 2012.

de Qafila puede ganar más de 700 dirhams (70€) al mes, lo que representa un salario modesto para vivir en el Oasis pero mucho más de lo que suelen obtener por otras actividades. Esto contribuye a darle más capacidad de decisión, a ser más respetadas socialmente y a que amplíe su espacio vital considerablemente (ver tabla 22).

- Valorizar los Productos artesanales locales. El conocimiento de estas labores artesanas tenía el riesgo de desaparecer ante el despoblamiento y la falta de perspectiva de la población. Cooperativas como esta ayudan a la preservación de este patrimonio y a su difusión.

Tabla 22. Estimación de los ingresos generados por AGR

Cooperativa	Actividad	Ingresos en Dh/mes/miembro	Actividad principal
Mujeres de Asrir	Cuscús	250 a 500	Cuscús
Sounboula		150	Cuscús
Erraidates		250 a 500	Cuscús
Tifaouines			Cuscús
Oum el Borj	Cuscús de dos calibres	125	Cuscús gran calibre
Qafila Tighmert	Tiendas y cestería	700	Tiendas y cestería
El Gourariates		500	Tiendas y cestería
Cooperativa Lyasmine			Alquiler utensilios de eventos
Azgnar	Cestería	150 a 300	Ganadería
Afoulky		75 a 150	Ganadería
Borj Tagadirte		100	
Ait Rahhal		75 a 300	

Fuente: Bajeddi Y Tagemouati, 2012

### 5.3. La experiencia de La Asociación Ouin Madkour para el desarrollo Social, Cultural y Turístico (Oasis Ouin Madkour) en la provincia de Tan-Tan

A 29 kilómetros de Tan-Tan, en la región Guelmim-Oued Noun, se encuentra el oasis de Ouin Madkour, uno de los más bellos oasis del sur, situado en el entorno del Rio Drâa (Oued Drâa). El entorno del Oasis está poblado por una 182 familias (unos 1.015 habitantes), que ocupan el territorio de modo seminómada, concentrándose especialmente en el pueblo del Tilmzoun.

El oasis está compuesto por un palmeral de gran valor y por una zona de cultivos tradicionales, en un entorno donde se concentran valiosos recursos hídricos debido a la presencia de estribaciones montañosas. Cerca encontramos algunos recursos culturales de gran valor, en dirección a Es-smara y Assa, los petroglifos de los sitios de Kalb, Oued Azker, Oued Aslek, Amhet, Achkik Tasmimt y Oued Taleh.

Todo ello ha permitido el desarrollo de la comunidad rural de Tilmzoun, dedicada a la agricultura y, sobre todo, a la ganadería. Esta comunidad ha sabido mantener buena parte del patrimonio cultural de las tribus de la zona (Tekna), lo que unido al propio paisaje del oasis y al entorno desértico y dunar que le envuelve, la convierte en un recurso potencial para el turismo cultural.

Figura 48. Oasis Ouin Madkour



Fuente: Asociación Ouin Madkour para el desarrollo social, cultural y turístico

La existencia de estos valiosos recursos territoriales motivó que se creara la asociación Ouin Madkour para el desarrollo Social, Cultural y Turístico de la zona. Según Mahfoud Malain<sup>18</sup>, presidente de la asociación, la asociación, que agrupa a familias de la comunidad rural, es la que se encarga de gestionar y proteger el medio ambiente del oasis, replantando y cuidando las palmeras, además de llevar a cabo campañas de sensibilización entre visitantes, escolares y, en general, la población local.

La asociación apoya también el desarrollo económico de la zona teniendo en cuenta la producción local. En este sentido ha tratado de impulsar el cultivo del “semar”

<sup>18</sup> Malain Mahfoud. Entrevista, 9 de febrero de 2015.

(*Juncus rigidus*) con el objetivo de incrementar y mejorar la producción de tapices creados con esta fibra vegetal, un producto propio del área y que ha sido utilizado de modo tradicional para cubrir los suelos de las viviendas.

Figura 49. Plantas de semar



Fuente: Fotos propias

Los tapices pasan por un proceso de producción que empieza por la recolección de las plantas, su almacenamiento y posterior elaboración manual por mujeres de la comuna, con las técnicas tradicionales con las que sus antepasados los realizaban. La asociación se encarga de coordinar la producción de tapices y de favorecer su comercialización para los turistas tanto en el propio oasis como en ferias y mercados. Los turistas llegan a la zona a través de viajes organizados por agencias especializadas de Agadir y Marrakech o, en su mayoría, por su cuenta. Suelen ser extranjeros y responden a un perfil motivacional ligado al deseo de vivir una experiencia original e incluso una “aventura”. No suelen alojarse en la zona, están de paso procedentes de Guelmim u Ouatia, donde tienen su alojamiento.

La asociación también desarrolla parte de su actividad en Tan-Tan y Tilmzoun y estos dos lugares se encargan de potenciar la producción de otros productos artesanos propios de la provincia y que están íntimamente ligados a la cultura nómada de cría de cabras y camellos. En concreto, usan la piel y el pelo de estos dos animales para la producción de *jaimas*, sandalias, etc.

Figura 50. Proceso de la producción de tapices



Fuente: Asociación Ouin Madkour para el desarrollo social, cultural y turístico

Además, la asociación desarrolla una importante labor de marketing. En la edición del Moussem de Tan-Tan<sup>19</sup> en 2014 consiguió, en colaboración con la Agencia del Sur, equipar la tienda (*Jaima*) principal del este evento turístico con sus tapices, creándose un gran espacio de gran valor artístico.

Figura 51. Tapices en la *Jaima* principal del Moussem de Tan-Tan, 2014



Fuentes: (Aljamaltv)

<sup>19</sup> Reunión anual de más de treinta tribus del Sahara y sur de Marruecos y otros pueblos nómadas del noroeste de África, con el objetivo de favorecer el contacto social y económico entre ellos. Supone un encuentro cultural en el que los juegos, la música, la poesía y otras tradiciones orales hasaníes están presentes. El Moussem fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2004.

La producción de tapices se ha convertido en un elemento que genera un importante impacto económico directo en las familias de la comunidad y repercute en la diversificación económica y mejora ambiental del lugar (Manyara y Jones, 2007). El cultivo de semar es realizado por los hombres en tierras comunitarias o tribales. La confección de los productos artesanos recae en las mujeres, que también juegan un papel importante en la venta a turistas y a la población de la provincia, lo que les permite una mayor autonomía económica y una mayor relevancia social, como en los otros dos casos expuestos anteriormente. Toda la cadena productiva está controlada por la asociación, y tras la venta, cada uno de los escalones productivos recibe su compensación económica. Además del beneficio económico, el proceso genera una importante repercusión en la puesta en valor de elementos culturales saharauí.

## **6- Conclusiones**

Una parte de las actuaciones de desarrollo local que se han llevado a cabo en las provincias del sur de Marruecos están basadas en la integración socioeconómica de las mujeres. Esto no debe extrañar porque los procesos emigratorios que afectan a estas zonas han repercutido en la existencia de contingentes demográficos feminizados. Cualquier estrategia que pretenda fomentar actuaciones que generen recursos económicos para sus beneficiarios debe contar con el abundante grupo de mujeres residentes en las comunas rurales.

Los tres casos que hemos visto como ejemplo de actuaciones generadoras de ingresos se basan en los recursos locales, en las tradiciones agrarias y artesanas de la población y en fórmulas cooperativas y asociativas. En los tres casos, la oferta turística se ha implantado como una actividad complementaria de las actividades agrarias y artesanas principales. Por tanto, el producto turístico parte del recurso local y de la capacitación femenina. Las ayudas exteriores se convierten en un instrumento para mejorar los diferentes ámbitos productivos, esencialmente la comercialización y las infraestructuras.

Todo ello conlleva importantes beneficios para el medio ambiente, ya que las iniciativas favorecen la conservación y mejora del entorno; el desarrollo local, puesto

que se genera actividad productiva; la mejora de la situación de las mujeres, que se sienten reforzadas económica y socialmente, y las prácticas de gobernanza. La Asociación Qafila es el mejor ejemplo de ello, ya que un agente de carácter local, y desde el ámbito local, se ha convertido en una pieza clave en la mejora de las condiciones de vida de la población.

De nuevo hay que destacar que estas experiencias están ligadas a grandes planes nacionales de desarrollo y a la llegada de fondos internacionales, tanto de Naciones Unidas como de la política de cooperación internacional de varios países.

## CAPÍTULO VIII. LA GESTIÓN COMUNITARIA DEL ECOTURISMO EN EL PARQUE NATURAL KHENIFISS, TARFAYA

---

## **1- Introducción**

Desde hace unas décadas Marruecos ha apostado de modo más claro por el mantenimiento y mejora de sus espacios ambientales de calidad a través de la delimitación y aprobación de áreas naturales protegidas. La Alta Comisaria de Aguas y Bosques y la Lucha contra la Desertificación se ha encargado de mejorar y recuperar un número elevado de estas áreas. Esta acción, alineada con los principios internacionales que la apoya financieramente, ha convertido al turismo en una actividad necesaria, en la medida en que puede ser un puente entre conservación y desarrollo local.

En este contexto, y ante la falta de recursos presupuestarios, el mejor modelo para gestionar estos espacios es el colaborativo, en el que la comunidad local participa directamente en la planificación y en la ejecución de las medidas de conservación y desarrollo. La gestión comunitaria representa una opción para el desarrollo medioambiental, económico y social de las áreas protegidas de Marruecos.

En el presente capítulo nos proponemos explicar los principios de uso y gestión del parque nacional Khenifiss a partir de la práctica del ecoturismo comunitario. En este ámbito se ubican experiencias que aportan referentes para la comprensión de la gobernanza comunitaria del patrimonio natural y cultural en pos de un desarrollo sostenible. Previamente, presentaremos una breve reflexión sobre la relación entre ecoturismo y la gestión de las áreas protegidas y, más concretamente, sobre la oportunidad de los modelos de gestión comunitario en estos espacios. A continuación, presentaremos la actual política marroquí orientada a la creación y gestión de una red de espacios naturales protegidos y las principales características ambientales y socioeconómicas del parque nacional de Khenifiss.

## **2- Relación entre ecoturismo y gestión en las áreas protegidas**

El creciente interés de los turistas por el medio ambiente y por el disfrute del medio natural y la aceptación de los principios de conservación y sostenibilidad medioambiental por parte de un segmento importante de la población, han contribuido a la consolidación del ecoturismo (Puertas, 2007).

Actualmente no existe un consenso sobre el origen del término “ecoturismo”, aunque, algunos autores (Rivera, 2010) citan a Budowski (1976) como el primer académico que usó este término para referirse a las potencialidades existentes en algunas zonas.

El ecoturismo constituye una forma de turismo relativamente compleja, que no se basa en ninguna definición universalmente conocida. La OMT (2002) distingue el turismo de naturaleza, centrado en la observación de la naturaleza, del ecoturismo, que agrupa a todas las formas de turismo basadas en el respeto y la preservación de la naturaleza, en las que el turista busca observar, interpretar y apreciar los espacios naturales, así como las culturas tradicionales que se encuentran presentes, por lo que las formas de explotación turística aseguran impactos positivos sobre la población del lugar (empleo, ingresos, educación...).

Según la Declaración de Quebec sobre Ecoturismo (2002) y la Agencia del Sur (2008), las principales características del ecoturismo son:

- Se trata de un turismo basado en la naturaleza, y cuya motivación principal es la observación de la misma por parte del turista, al igual que el disfrute de la cultura dominante en las áreas naturales. A ello se suma motivaciones científicas, formativas y educativas.
- Contempla siempre infraestructuras de interpretación y de educación.
- El viaje suele estar organizado por empresas especializadas, pequeñas y de propiedad local y se dirigen a grupos minoritarios.
- Intenta no producir impactos negativos en el medio natural ni en la sociedad y cultura dominante en las áreas naturales.
- Mejora la protección de las áreas receptoras
- Genera recursos económicos para la población local, las empresas locales y la administración anfitriona.
- Ofrece oportunidades de empleo a la población local.
- Crea concienciación y sensibilización de la población local y los turistas hacia la conservación de los recursos naturales y culturales.

Es una forma turística emergente en el contexto mundial. La OMT (2002) realizó un estudio en los principales destinos emisores internacionales, donde se observaba el importante crecimiento y la potencialidad del turismo de naturaleza a principios de milenio. Para países como Alemania, el turismo ecológico constituía ya una motivación importante para cerca del 50% de los viajeros residentes una década después (Rivera, 2010).

Los espacios naturales protegidos reúnen los recursos territoriales apropiados, sobre todo si además presentan valores culturales y patrimoniales, para el desarrollo de esta modalidad turística (Agüera y Verdugo, 2013). La puesta en marcha de esta actividad ayuda a mejorar el desarrollo socioeconómico del área receptora, a través de la explotación sostenible de los recursos naturales, repercutiendo en la generación de empleo, la formación y la educación de la comunidad local (Agüera, 2014).

De hecho, según conservacionistas y directores de áreas protegidas el ecoturismo es una herramienta adecuada para la gestión de estos espacios y aluden a diversas razones, entre las que destacamos (CDCT, 2014):

- El turismo convencional a veces aparece como una fuente de presión para la biodiversidad del área mientras el ecoturismo se ajusta mejor a los objetivos de conservación.
- El ecoturismo brinda también beneficios económicos para las áreas protegidas, genera recursos para la conservación.
- El ecoturismo puede mejorar las relaciones entre las comunidades locales y la administración de las áreas protegidas, al permitir que la población considere la protección legal no como una restricción de usos, sino como un marco nuevo de oportunidades.

### **3- La gestión comunitaria: una respuesta a los problemas de gestión turística en las áreas protegidas**

Las áreas protegidas tienen además de la función de conservación, aquellas otras relacionadas con el uso público y el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales (Agüera, 2014; Toledo, 2005). Por tanto, el principal desafío en la gestión de las

áreas protegidas es lograr compatibilizar la conservación con los usos que viene desarrollando la población local. Estos últimos utilizan efectivamente los recursos y paisajes como sus medios de vida tradicionales. A ello se suma que los intereses económicos en estas áreas pueden generar conflictos de uso que menoscaben los esfuerzos en pos de la conservación.

En este contexto, la línea de actuación más efectiva que compatibilice conservación con desarrollo es la de la creación de modelos y proyectos de gestión en los que las comunidades locales se sientan involucradas y de los que obtengan beneficios económicos y mejora de calidad de vida. El empoderamiento es la mejor garantía de éxito, sobre todo en los contextos institucionales de escasa capacidad controladora y sancionadora, como es el caso del marroquí.

En este sentido, el mejor ejemplo es el de la gestión de la vida silvestre en las áreas protegidas de África. La observación de la vida silvestre representa uno de los segmentos turísticos más importantes de este continente. El 80% de las ventas anuales de viajes a África desde mercados exteriores está relacionada con el avistamiento de la vida silvestre, siendo el safari el producto más popular. Genera unos ingresos cruciales para las áreas protegidas, a través del pago de entradas. Además, los circuitos a menudo incluyen servicios que se contratan a escala local, como el alojamiento, el transporte, los guías y los espectáculos culturales, todo lo cual crea importantes oportunidades de empleo para la población.

Sin embargo, como ha denunciado el secretario general de la OMT, Talef Rifai, en el Día Mundial de la Vida Silvestre de 2015, a pesar de lo valioso de este recurso, la caza furtiva se ha convertido en una amenaza para el desarrollo socioeconómico del continente. La pérdida de biodiversidad no solo amenaza a ecosistemas enteros, sino que conlleva la pérdida devastadora de medios de subsistencia sostenibles (OMT, 2015). En este contexto, la forma más eficaz de combatir esta amenaza es involucrar a las comunidades locales, que se convierten en los mejores valedores de la conservación, dado que aprecian claramente la relación entre su modo de vida y el mantenimiento de los recursos biológicos.

Desde esta perspectiva, es posible alcanzar la compatibilidad entre conservación y desarrollo, siempre y cuando existan los instrumentos necesarios, así como una

planificación territorial adecuada y efectiva sobre la base de los criterios de sostenibilidad (Frías, 2013).

Por ello, la gestión de los espacios naturales protegidos debe ser necesariamente colaborativa, en el que se implique la comunidad. Esto se fundamenta en el principio de que la conservación y mejora ambiental sólo puede lograrse mediante la participación de actores locales y el respeto de sus legítimos intereses, pero, en sentido práctico, implica que la población local convierta la gestión en un modo de ganarse la vida y en una oportunidad de prosperidad con el desarrollo de actividades como el ecoturismo. La gestión ambiental sin desarrollo socioeconómico comunitario es de difícil ejecución y el desarrollo local no será sostenible sin la correcta gestión de los recursos ambientales. Por tanto, ecoturismo y gestión comunitaria genera sinergias que benefician a la población (empleo, capacitación y mejora económica) (Ceballos, 1996), a la administración local y al propio territorio en sentido amplio. Genera, además, una ética ambiental positiva compartida por la comunidad local y los visitantes.

#### **4- Los parques nacionales en Marruecos**

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) ha agrupado todos los tipos de espacios geográficos con valores ambientales y que disfrutan de algún tipo de limitación de usos bajo del nombre de “áreas protegidas” Un área protegida es “un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus valores eco-sistémicos y culturales asociados” (UICN, 2008)

Las áreas protegidas se clasifican en seis categorías, según el UICN (ver tabla 23). Los parques nacionales o las áreas protegidas de categoría II son grandes áreas naturales o cuasi naturales establecidas para proteger procesos ecológicos a gran escala, especies o ecosistemas característicos y que permiten un cierto nivel de uso científico, educativo, recreativo o turístico, que sean ambiental y culturalmente compatibles (Dudley, 2008)

Tabla 23. Las categorías de las áreas protegidas según la UICN

<b>Categoría</b>	<b>Tipos</b>
<b>I-a</b>	Reserva natural estricta
<b>I-b</b>	Área silvestre
<b>II</b>	Parque nacional
<b>III</b>	Monumento o característica natural
<b>IV</b>	Áreas de gestión de hábitats/especies
<b>V</b>	Paisaje terrestre/marino protegido
<b>VI</b>	Área protegida con uso sostenible de los recursos naturales

Fuente: UICN, 2008.

La gestión de áreas de categoría II (parques nacionales) puede presentar objetivos diversos, en función de cada parque, pero en líneas generales podemos señalar los siguientes según la UICN:

- Proteger la biodiversidad natural junto con la estructura ecológica subyacente.
- Perpetuar, en un estado tan natural como sea posible, ejemplos representativos de regiones fisiográficas, comunidades bióticas, recursos genéticos y procesos naturales singulares.
- Mantener poblaciones viables y ecológicamente funcionales y conjuntos de especies nativas en densidades suficientes como para conservar la integridad del ecosistema y su sostenibilidad a largo plazo.
- Contribuir a la conservación de especies que requieren territorios grandes para su supervivencia, así como de procesos ecológicos regionales y rutas migratorias.
- Gestionar el uso de los visitantes con fines educativos, culturales y recreativos a un nivel en el que no se cause una degradación biológica o ecológica significativa de los recursos naturales.
- Tener en cuenta las necesidades de los pueblos indígenas y las comunidades locales, incluyendo el uso de los recursos para su subsistencia, en la medida en que esto no afecte negativamente al objetivo de gestión primario.

- Contribuir a las economías locales mediante el uso turístico del parque nacional.

Los estados están obligados a partir de la firma de acuerdos internacionales a establecer y gestionar adecuadamente áreas protegidas. Por ejemplo, el artículo 8 del Convenio de Diversidad Biológica establece que las partes contratantes (los estados) deben establecer un sistema de áreas protegidas; regular recursos para la conservación; promover el desarrollo sostenible en torno a ellas y establecer los medios para controlar los riesgos, entre otras tareas (Ronderos y Maria, 2012). En contrapartida, los diferentes Estados, sobre todo aquellos con más problemas presupuestarios, podrán acceder a fondos internacionales y ayuda técnica para que puedan cumplir estos acuerdos.

Marruecos dispone de un rico patrimonio natural constituido por especies y ecosistemas de gran valor y singularidad así como unos paisajes de gran belleza y personalidad que deben ser protegidos y preservados. Conscientes de la importancia de preservar este patrimonio natural nacional, los poderes públicos están interesados en la creación progresiva de una red de parques nacionales en el país.

La primera legislación en Marruecos sobre las áreas protegidas fue el Dahir de 1934 para la creación de parques nacionales y el posterior decreto de 26 de septiembre de ese año por el que se establece el procedimiento para la declaración de un espacio como parque natural.

Hasta la Cumbre de Río (1992) y sobre todo hasta la ratificación de la Convención sobre la Diversidad Biológica en 1996, Marruecos no había llevado a cabo de forma decisiva una estrategia para la conservación y desarrollo de las áreas protegidas. En este último año, Marruecos elaboró el Plan Director de Áreas Protegidas (PDAP), por el que se identificaron 154 sitios de interés biológico y ecológico (SIBE) con el fin de representar casi todos los ecosistemas de Marruecos.

En este plan director se establecieron como objetivos específicos, (a) la mejora de la conservación de los ecosistemas y especies de interés global, (b) el refuerzo de las capacidades institucionales en cuanto a la gestión sostenible y conservación de los recursos naturales y (c) la implicación de las poblaciones locales en la cogestión de los recursos naturales.

La puesta en marcha de este plan director permitió el establecimiento de una red nacional de superficies protegidas constituida por 10 parques nacionales y 144 reservas naturales, distribuidas sobre 108 unidades en el ámbito continental, incluidas 29 zonas húmedas, y 36 en el ámbito litoral.

Antes de esta fecha, Marruecos había creado cuatro parques nacionales y tras la aprobación del PDAP se crearon otros cuatro más en 2004. El Parque Nacional Khenifiss, el primer parque nacional sahariano de Marruecos, se creó en 2006 y, por último, el Parque Nacional Khnifra, en 2008. Actualmente, está en estudio la creación del Parque Nacional de Dajla (DREFLCD, s.f) Con todo, los parques nacionales comprenden 771.849 hectáreas y el total de superficie protegida alcanza el 16% del territorio marroquí (La vie Economique, 2013) (ver tabla 24 y figura 52)

Tabla 24. Los Parques Nacionales de Marruecos según fecha de creación

<b>Nombre del parque</b>	<b>Fecha de creación</b>	<b>Región</b>
<b>Toubkal</b>	1942	Provincia de Al Haouz
<b>Tazekka</b>	1950	Provincia de Taza
<b>Souss Massa</b>	1991	Provincias de Tiznit y Agadir
<b>Iriki</b>	1994	Provincia de Ouarzazate
<b>Talassemtane</b>	2004	Provincia de Chefchaouen
<b>Ifrane</b>	2004	Provincia de Ifrane
<b>Haut Atlas Oriental</b>	2004	Provincia de Errachidia y Khenifra
<b>Al Hoceima</b>	2004	Provincia de Al Hoceima
<b>Khenifiss</b>	2006	Provincia de Tarfaya
<b>Khenifra</b>	2008	Provincia de Khenifra
<b>Dajla</b>	Proyecto	Provincia de Dajla

Fuente: Elaboración propia a base de HCEFLCD

Además de esta red de parques nacionales, Marruecos ha establecido tres Reservas de la Biosfera. Se trata de la Reserva de Biosfera del Árbol de Argán, de una superficie de 2,5 millones de hectáreas en la región del suroeste (1998); la Reserva de la Biosfera Oasis Sur de Marruecos, de una superficie de 7,2 millones de hectáreas en

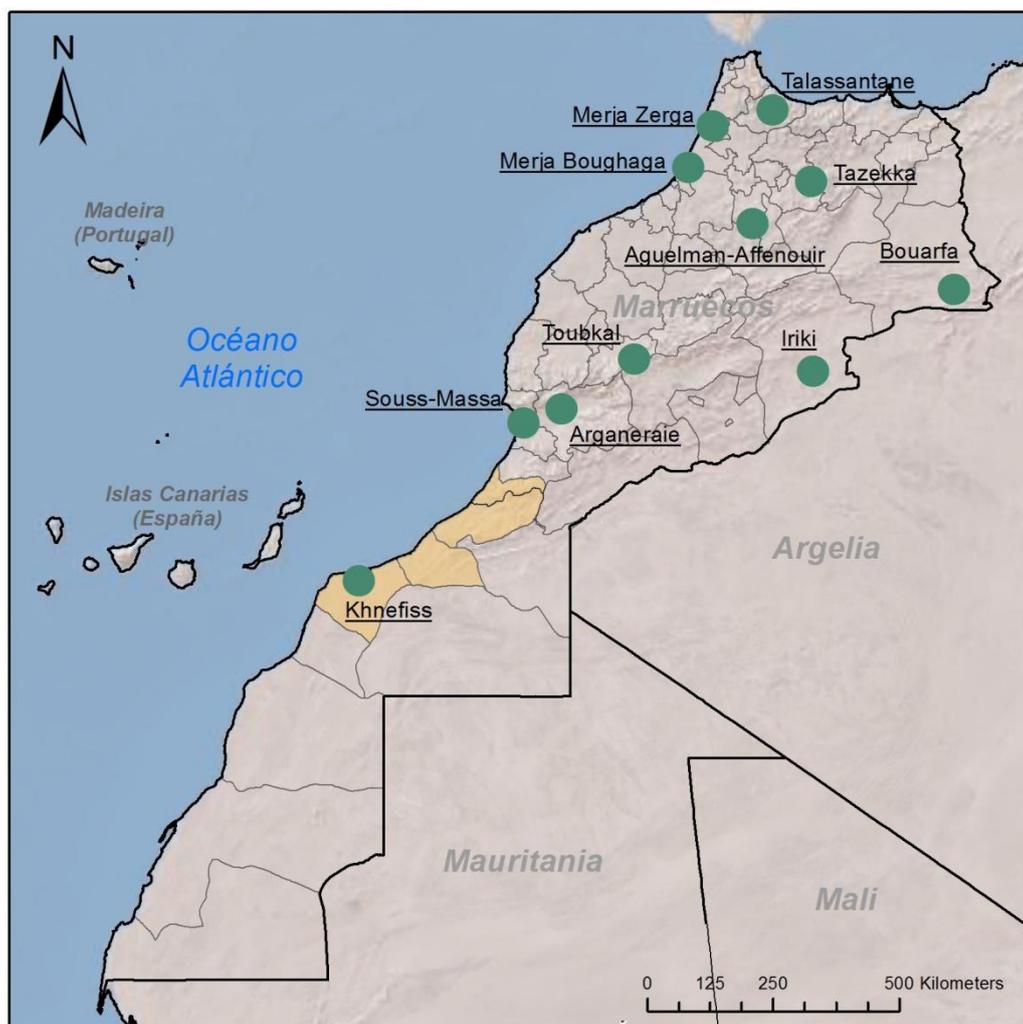
2000 y la Reserva de la Biosfera Intercontinental del Mediterráneo, que se extiende sobre una superficie de casi 1 millón de hectáreas. Una cuarta Reserva de la Biosfera está en estudio: la del bosque de cedros en el Atlas Medio, un área de aproximadamente 500.000 has. Para nuestro estudio, es importante la Reserva de la Biosfera de los Oasis del sur de Marruecos, ya que en ella se sitúan los oasis existentes en la provincia de Guelmim. Esta reserva incluye las cuencas vertientes de las redes del Drâa y el Ziz, desde los paisajes glaciales mediterráneos del Alto Atlas Central a las estepas ganaderas y oasis en el entorno del Sáhara, con formas de riego específicas (*khattara*) y hábitats de gran belleza (*ksour*).

En 2010, tras la creación de la red de áreas protegidas, vio la luz la ley N° 22-07 de las áreas protegidas. En su primer artículo se definen en términos parecidos a los ya expresados anteriormente y en el artículo segundo se clasifican en cinco grandes tipos: parque nacional, parque natural, reserva biológica, reserva natural y sitio natural, en función de sus características, propósito y escala socioeconómica.

El artículo 4 define el parque nacional como un espacio natural, terrestre y / o marino, así declarado para proteger la biodiversidad, los valores paisajísticos y culturales y las formaciones geológicas que presenten un interés especial, y será gestionado con fines culturales, científicos, educativos, recreativos y turísticos, en respeto al entorno natural y a las tradiciones de las poblaciones vecinas (La ley N° 22-07).

Por último, en 2012 la Alta Comisaria de Aguas y Bosques y la Lucha contra la Desertificación ha aprobado un documento marco (Horizonte 2020) en el que se reconoce una red nacional de áreas protegidas, que debe ser gestionadas de forma integrada y sostenible, para la conservación de la biodiversidad y el desarrollo sostenible (Aghnaj, Tampe y Ribí, 2012). La visión estableció nuevas orientaciones estratégicas sobre la base de las enseñanzas extraídas de una evaluación de las realizaciones y en consideración con los elementos del nuevo contexto internacional.

Figura 52. Red de parques nacionales de Marruecos

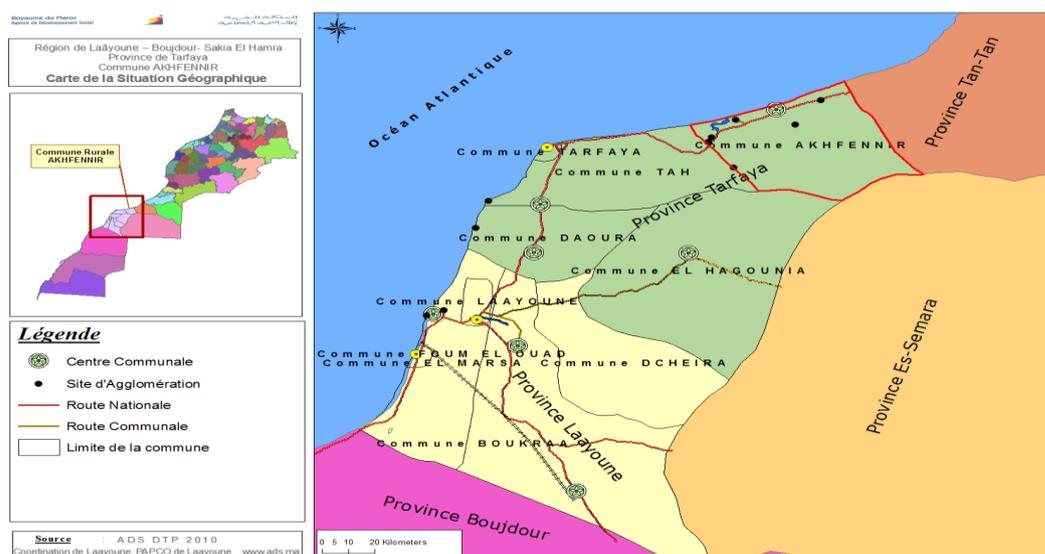


Fuente: Elaboración propia a base de HCEFLCD

## 5- Descripción general del Parque Nacional de Khenifiss

El Parque Nacional Khenifiss (PNK) está situado en un 90% de su superficie en la comuna rural de Akhfennir y en la comuna de Tah, en la provincia de Tarfaya, región de El Aaiún-Saguia El Hamra. Cubre una superficie de 1.860 km<sup>2</sup>, un 8,38% de la superficie provincial, y está situado a 100 km de Tarfaya, 180 km al norte de la ciudad de El Aaiún y a 150 al sur de la ciudad de Tan-Tan. Está limitado al norte por el Océano Atlántico, al sur por la comuna rural de El Hagounia, al este por la de Akhfennir y al oeste por la de Tah (ver figura 53). Está atravesado por el eje de la carretera nacional n° 1.

Figura 53. Situación geográfica de las comunas rurales de la provincia de Tarfaya



Fuente: ADS Y INDH, 2010

El Parque Nacional de Khenifiss es una de las áreas protegidas más importantes de Marruecos por la coexistencia de tres biomas, el marino, el lagunero y el desértico, lo que le da un alto índice de biodiversidad. En concreto, incluye una parte marina de 20.000 has., otra lagunera de 25.000 has. y una tercera desértica de 141.000 has. Fue creado por el Decreto n° 2. 06. 461 de 26 de septiembre de 2006 publicado en el Boletín Oficial n° 5461 de octubre de 2006 (DREFLCDS, s. f).

La declaración de esta zona como parque natural es el fruto de un trabajo de largo recorrido, que arranca en 1962 con la declaración de la zona como reserva biológica (ver tabla 25) en el que han estado implicados los representantes de administración nacional, regional y local y el tejido asociativo local.

La riqueza ecológica que revela este espacio natural, especialmente su zona húmeda denominada "Naila" que recibe anualmente a 20.000 aves acuáticas con especies emblemáticas como *Tadorna ferruginea*, le confiere un estatus de importancia mundial, como así reconoce la Convención Internacional sobre las zonas Húmedales "RAMSAR" (Bergier, 2009).

Tabla 25. Hitos en el proceso de protección del Parque Nacional Khenifiss

<b>Año</b>	<b>Forma</b>	<b>Marco legal</b>
<b>1962</b>	Reserva biológica	Decreto ministerial n° 582 62
<b>1980</b>	Sitio de RAMSAR	Lista de RAMSAR de los humedales
<b>1983</b>	Reserva permanente	Decreto ministerial
<b>2006</b>	Parque nacional	Decreto N° 2. 06. 461

Fuente: Elaboración propia a base de documentos de HCEFLCD

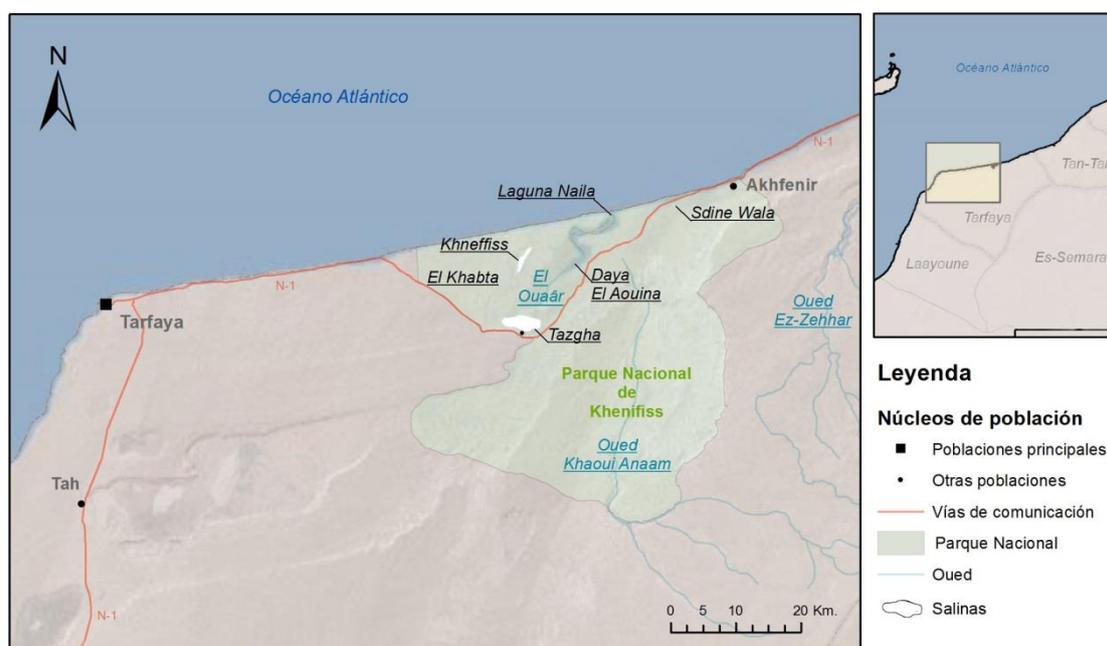
La zona marítima y la laguna están en estrecha relación, de tal modo que la riqueza del medio marino contiguo depende del intercambio con la laguna Naila, y la riqueza de esta última es también dependiente del mantenimiento de un stock biológico importante en la plataforma continental oceánica.

En el perímetro de la laguna se encuentra el lago (*Daya*) El Aouina, aislado de la laguna y del mar por un complejo de series de dunas. Actualmente el nivel de agua del lago está alterado a causa de la ruptura del dique natural. Sin embargo, dado el avance del cordón de dunas, es probable que el dique natural sea reconstituido en los próximos años.

Numerosas salinas, *sebkhas* en el dialecto local, se extienden alrededor (Tazgha, Khenifiss, el Khui, Naila, Tah, Ech-Chguigane, Tambaga...), tanto en ámbitos litorales como en el interior, representando un sistema ecológico único, generador de una importante biodiversidad biológica basada en especies halófilas.

En la zona interior desértica dos valles (*oueds*) juegan un papel importante. El Oued de Khaoui Anaâm, ofrece una vida florística y faunística única y un sitio privilegiado para los pastores. El otro es el conformado por la confluencia de los oueds El Ouaâr y Ez Zehhar, que desarrollan verdaderas configuraciones acuáticas muy originales en el ámbito del desierto.

Figura 54. Límites y estructura del parque nacional de Khenifiss



Fuente: Elaboración propia a partir de DREFLCDS

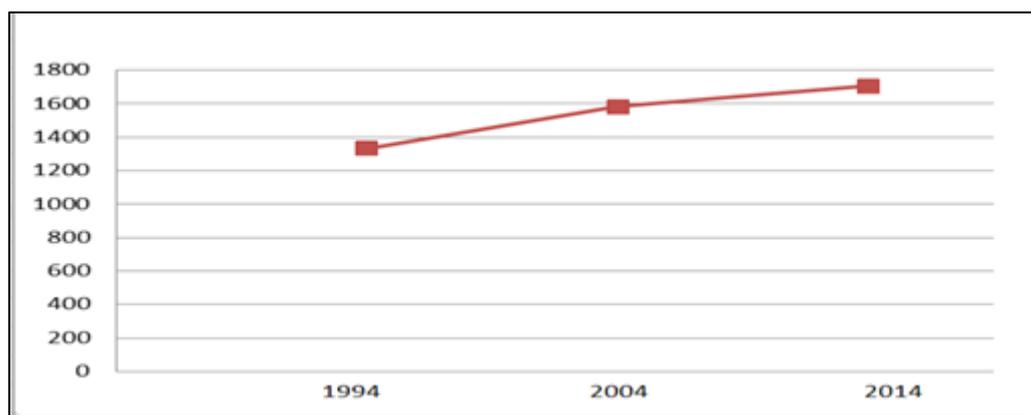
En el sector oriental encontramos una zona denominada Ghouiba, un área conformada por montículos (*Grara*), muy rica desde el punto de vista biológico, que en los años lluviosos se transforma en campos de cereales relativamente productivos.

En el pasado, el modo de vida dominante de la población en el territorio de la comuna rural de Akhfennir fue el nomadismo. La población se movía en el territorio en continua búsqueda de los tres recursos básicos para la existencia: el agua, los pastos para el ganado y el combustible. Este modo de vida ha ido en detrimento tras la sedentarización progresiva de la población y la aparición de algunas actividades comerciales y de servicios al borde de la carretera nacional n ° 1. Actualmente es una comuna poco poblada, con algo más de 1.600 habitantes, distribuidos en los asentamientos de Akhfennir, Naila y Tazgha.

La población de la comuna rural de Akhfennir aumentó de 1.334 en el año 1994 a 1.583 habitantes en 2004 y a 1.605 en 2014, con una tasa media de crecimiento del 19%, lo que supone un 1,87% de crecimiento en contraposición al 3,6% a nivel provincial (ver figura 55). Se trata, por tanto, de una zona que no recibe grandes presiones demográficas.

No obstante, la redistribución de la población hacia el núcleo de Akhfennir, representa, hoy un día, uno de los principales retos de las autoridades provinciales. Esta redistribución está condicionada por la creación de una infraestructura básica y de servicios sociales adecuados y la existencia de medios de vida en la zona.

Figura 55. Evolución de la población de la comuna rural de Akhfennir



Fuente: elaboración propia a base de DTP Akhfennir y la monografía de Tarfaya

Dentro del parque podemos encontrar diversos sistemas productivos tradicionales organizados a través de las diferentes tribus nómadas (Mejjat, Ezzargyine, Lamiar...). El principal es la ganadería trashumante adaptada a las condiciones naturales en la que los desplazamientos están determinados en función de las mareas. En segundo lugar, hay que citar la actividad pesquera, sobre todo en el entorno de la laguna de Naila. En paralelo a estos dos sistemas productivos tradicionales, se han desarrollado otras actividades como la explotación de la sal y la agricultura ocasional en *graras*.

Hoy en día, las tradicionales organizaciones económicas de estas poblaciones se han ido transformando en otras estructuras más formales, asociadas a una creciente sedentarización de la población. Han aparecido cooperativas (cooperativas de explotación de sal, de pescadores) o asociaciones de interés común. Esta transformación económica ha supuesto la generalización del trabajo asalariado, lo que conlleva que haya surgido un fenómeno relativamente nuevo, el desempleo, que es mayoritario entre la población femenina y que llega a ser del 43,5% entre los hombres. No faltan tampoco algunas empresas basadas en la atracción de inversores privados, como la explotación

acuícola en la zona de la laguna. Todo este cambio afecta al ecosistema de la zona de Khenifiss en su globalidad, implicando una reestructuración espacial tanto de las actividades económicas como de la población.

Por otro lado, la rápida sedentarización no ha llevado parejo la creación de las infraestructuras sociales necesarias (escuelas, centros de salud, agua, electricidad, carreteras rurales...), algo que tiene una resolución compleja dada las bajas densidades de la zona y el poblamiento disperso en chozas.

## **6- La actividad turística en el Parque Nacional de Khenifiss**

A pesar del potencial que el Parque Nacional de Khenifiss tiene para el desarrollo de un producto eco-turístico, su nivel de implantación es muy escaso. En el siguiente cuadro se sintetiza los principales recursos territoriales para el turismo en el parque y su entorno.

Los turistas que visitan el parque buscan formas de disfrute consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios de la zona. En concreto, podemos clasificarlos en siete grandes tipos: pescadores, naturalistas, deportistas, científicos, descubridores, aficionados a la geología y turistas de ocio y playa. Las principales actividades del parque son la observación de aves en los humedales, los paseos en lancha, la pesca deportiva, el senderismo y el ciclismo.

En el ámbito del senderismo, se ofrecen itinerarios de descubrimiento e interpretación siguiendo un circuito temático de unos veinte kilómetros, de Akhfennir a la Laguna Naila. Este circuito es el más emblemático, ya que permite el descubrimiento con la población local de cuatro ecosistemas en el mismo itinerario: playas, desierto a través de la barrera de dunas, la laguna y las salinas. En dichos circuitos el turista puede descubrir la riqueza y variedad de paisajes, la fauna y la flora, la geología del lugar y vestigios arqueológicos e históricos (tumbas, pedernal en Naila). Esta actividad tiene un fuerte componente educativo pero también se orienta al placer del descubrimiento.

Tabla 26. Recursos territoriales del P.N. Khenifiss para el turismo

Laguna	Desierto	Marino
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lago de 20 km</li> <li>■ 179 especies de aves acuáticas</li> <li>■ Sitio de alevinaje para los peces</li> <li>■ Lugar de pesca tradicional: 11 barcos y 30 pescadores viven de la pesca en este sitio</li> <li>■ Sebkhath de Tazgha: explotación de sal</li> <li>■ <i>Guelta</i> (pequeño lago) del Aouina: cerca de la desembocadura</li> <li>■ Cordón de dunas a lo largo de la laguna</li> <li>■ Vestigio histórico de la torre de Santa Cruz de Mar Pequeña (1478)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dunas rojas (<i>Igard lahmar</i>)</li> <li>■ Fauna sahariana</li> <li>■ Patrimonio arqueológico</li> <li>■ Patrimonio histórico</li> <li>■ Paisajes de gran belleza</li> <li>■ Historia geológica de la laguna</li> <li>■ Cultura y modo de los nómadas: las ropas saharauis, tradiciones culinarias, el pan de los nómadas, el té saharauí...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Acantilados</li> <li>■ Playas</li> <li>■ Oportunidad de observar cetáceos marinos</li> </ul>

Fuente: HCEFLCD, 2008.

En el contexto de los productos específicos orientados a la observación de aves o *birdwatching*, en el entorno de la Laguna Naila se ofrece un producto organizado de fin de semana, cuatro días o de una semana orientado a amantes de las aves y turistas con interés científico-oritológico. Se ofrece a grupos pequeños (de 10 a 15 personas), y además de paseos y actividades para la observación de aves incluye el disfrute de la cultura y gastronomía saharauí y de la playa.

También se ofrece a los turistas la posibilidad de pescar en barco. En la laguna son los pescadores lo que ofrecen esta opción (a través del hotel Courbine d'Argent), mientras la pesca en los acantilados es ofrecida por los propios propietarios del hotel. Se tiene la posibilidad de pesca con mosca y pelota.

Por último, existe la posibilidad de realizar itinerarios de descubrimiento de la zona desértica del parque, en 4x4 con un guía local, con 60 km de trayecto desde Akhfennir. Estos paseos permiten observar las dunas, los paisajes saharianos, las cascadas de las gargantas de Khaoui Naâm, la fauna (en especial el rastro de las gacelas), la riqueza geológica de la zona (los esquistos grises), los restos arqueológicos del desierto (en especial las tumbas pre-islámicas), la cultura y las formas de vida nómadas tradicionales. Se trata de un circuito de cierta relevancia que ha sido incluido en la guía Gandini: pistas de Marruecos (Tomo III).

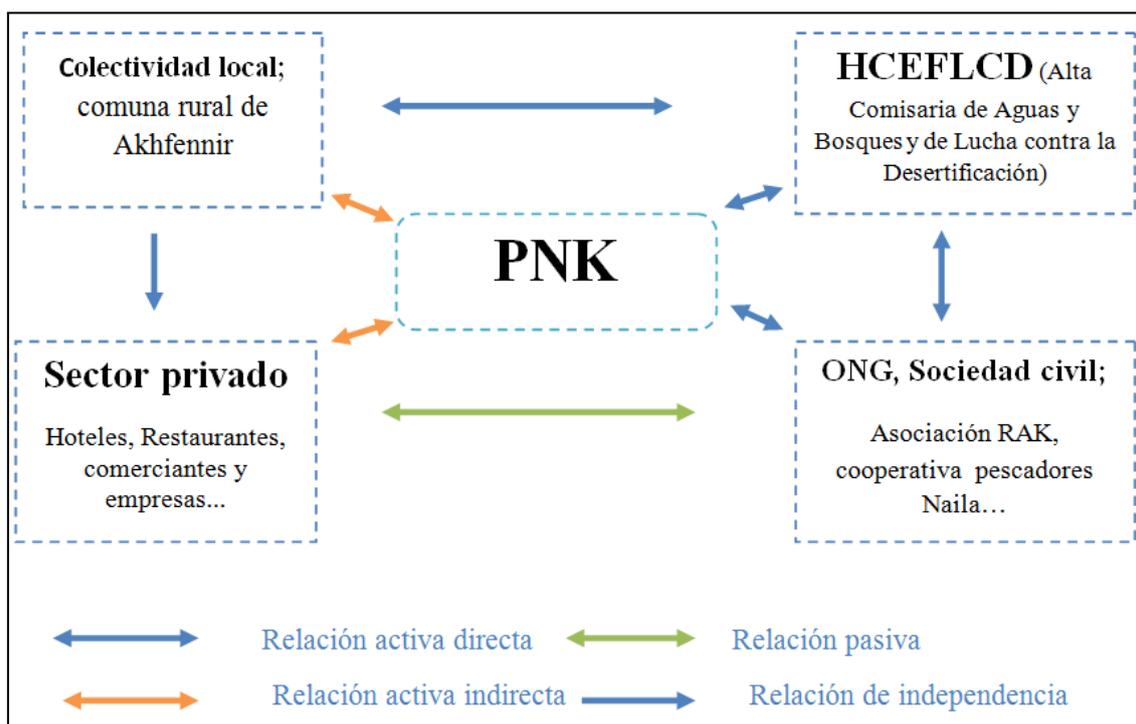
## **7- Experiencia en la gestión comunitaria del ecoturismo en el P.N. Khenifiss**

Varios son los actores que gestionan el parque nacional y sus alrededores. En la figura 56 se ha presentado de un modo esquemático los cuatro grupos de agentes: la Alta Comisaria de Agua y Bosques y de Lucha contra la Desertificación (HCEFLCD), las instituciones locales, el sector privado y la sociedad civil. Estos cuatro agentes mantienen relaciones directas e indirectas y en algún que otro caso las influencias son pasivas. Esta complejidad nos indica que estamos ante un modelo de gestión con una importante presencia de la comunidad local. De hecho, además de la Alta Comisaria, los agentes locales como la Agencia de Desarrollo Social (ADS)<sup>20</sup> o la asociación "Red de asociación Khenifiss" (RAK), una asociación activa que se ha fundado por un grupo de habitantes de la comunidad local de Akhfennir, son los agentes de más peso en la gestión del parque nacional.

---

<sup>20</sup> La ADS es una institución pública dedicada a reducir la pobreza y promover el desarrollo social en Marruecos, en complementariedad con otros organismos estatales que contribuyen a reducir el déficit social, y en el marco de un enfoque participativo y colaborativo con la sociedad civil y las instituciones locales.

Figura 56. Agentes en la gestión del PNK



Fuente: Elaboración propia a base de los resultados del trabajo de campo

La Alta Comisaría de las Aguas y Bosques y de la Lucha contra la Desertificación es el organismo nacional responsable del desarrollo y ejecución de la política del gobierno en el desarrollo sostenible de los recursos forestales. Según el decreto n° 2-04-503 del 01 de febrero de 2005 relativo a la atribución y la organización de la Alta Comisaría, este organismo público tiene las siguientes tareas:

- Desarrollar e implementar la política del gobierno en las áreas de conservación y desarrollo sostenible de los recursos forestales y silvopastoriles en áreas protegidas
- Coordinar el establecimiento de mecanismos institucionales para la preparación, aplicación, seguimiento y evaluación de la política del gobierno en la lucha contra la desertificación
- Participar en la elaboración y la ejecución de la política del gobierno en el desarrollo rural.

El papel de la HCEFLCD no incluye solo la administración y la protección del parque, sino va más allá, incluyendo el manejo de los recursos, la planificación y

control de actividades eco-turísticas. El instrumento que desarrolla para ello es un Plan de Acción Comunitario (PAC), por el que:

- Garantiza la creación de una estrategia de desarrollo sostenible, compatible con los imperativos de protección del sitio.
- Desarrolla con la población un enfoque participativo y negociado para la implementación de programas de eco-desarrollo.
- Inicia un proceso de valorización de las potencialidades socio-económicas en favor de la población local.

En coherencia con sus metas, la metodología para la elaboración y aplicación del PAC se basa en el Método Activo de Investigación Participativa (MAIP)<sup>21</sup> y la Planificación de Proyectos por Objetivos (PPO)<sup>22</sup>. La alta Comisaría trabaja en un entorno colaborativo con sus socios de las diferentes escalas administrativas y la sociedad civil. Esto conlleva que en la fase inicial de planificación del PAC se realicen talleres de difusión y de planificación entre los socios, que una vez establecidos los objetivos e identificados los proyectos a ejecutar, se requiera la validación del PAC por todos ellos, que en la fase de planificación operacional los socios tengan definida su participación e incluso adopten el rol de responsable de la acción, que puedan ejecutar la acción en su totalidad mediante y que la evaluación de los logros alcanzados sea también participativa, mediante la contraposición de la planificación operacional y los resultados<sup>23</sup>.

Los proyectos seleccionados se realizan amparados en programas de pequeñas donaciones, en el que se consigue captar financiación internacional. Se recurre a la

---

<sup>21</sup> El MAIP, en francés, *Méthode active de recherche participative* (MARP). Es un proceso intensivo, iterativo y rápido de aprendizaje orientado hacia el conocimiento de las situaciones rurales. El uso de este método va más allá del diagnóstico básico y nos lleva a formular un programa de desarrollo.

<sup>22</sup> La PPO, en inglés (*Participatory Rapid Appraisal*). Este método consiste en un proceso ordenado de reflexión conjunta que implica la comprensión de la meta a lograr por todos los involucrados, el diagnóstico de la problemática que tiene que ser resuelta y la formulación de las acciones a emprender. De esta manera se facilita la comunicación y la cooperación entre todos los participantes.

<sup>23</sup> El proceso de planificación se compone de las siguientes fases: a) constitución del equipo de planificación bajo la coordinación de la HCEFLCD; b) análisis de datos y otras fuentes secundarias de información; c) taller de Inicio con el fin de que los socios entiendan los objetivos y los métodos de trabajo del PAC; d) talleres de planificación de carácter colaborativo en los que se analizan los principales problemas, se detectan potencialidades y se precisan objetivos globales y por unidades o zonas dentro del parque; e) identificación de proyectos y cronograma, según zona; f) validación del PAC por todos los socios; g) planificación operacional en los que se concretan las acciones a emprender, calendario, costos, responsables y contribución de los socios; h) ejecución de los proyectos mediante contratos de acciones comunitarias y i) seguimiento y evaluación, mediante autoevaluación participativa basada en la comparación entre la planificación operacional y las realizaciones a nivel de cada proyecto.

fórmula de los contratos de acciones comunitarias (CAC) para llevarlos a cabo. La planificación se realiza a escala de zona, distinguiéndose la zona lagunera de Naila, la desértica e interior y el centro urbano de Akhfennir, cada una con potencialidades y problemas diferenciados.

En definitiva, el Plan de Acción Comunitaria implica establecer un modelo de eco-desarrollo que aporte mejoras a la calidad de vida de la población local, sin olvidar establecer las estrategias adecuadas para conservar la vitalidad y diversidad del entorno natural, como fuente indispensable para el sustento de vida de la población local en el parque y sus alrededores.

El otro agente principal que interviene en la gestión y realización de proyectos es la Red Asociación Khenifiss (Reseau Association Khenifiss) (RAK). Esta asociación, situada en el pueblo de Akhfennir, fue creada en 2001 con el objetivo de proteger la fauna y la flora y lograr beneficios económicos para la población local en el Parque Nacional de Khenifiss a través del turismo y la organización de actividades culturales y el uso sostenible de los recursos naturales disponibles<sup>24</sup>.

La asociación está compuesta por 24 personas, con edades comprendidas entre 25 y 45 años. Las principales actividades que realiza son:

- Acciones para el desarrollo del ecoturismo en la laguna de Khenifiss. Ofrece incluso servicios turísticos a los visitantes.
- Promoción de las potencialidades del parque.
- Actuación de sensibilización a los actores turísticos para el turismo solidario y responsable.
- Acciones de educación ambiental a los habitantes de la zona y al público en general, a través de actividades de sensibilización, información, comunicación y formación.
- Fortalecimiento de las capacidades de la población local para la gestión medio ambiental, los conocimientos locales, la biodiversidad y la creación de redes.

---

<sup>24</sup> <http://association-khnifiss.com/>

Se mantiene gracias al mecenazgo de instituciones públicas nacionales e internacionales (la propia Alta Comisaria, el Centro de Cooperación para el Mediterráneo de la UICNL), la Fundación Francesa por el Medio Ambiente Mundial (FEEM) que canaliza parte de los fondos de la política francesa de cooperación internacional y la Fundación privada por la Naturaleza (MAVA)

La asociación ha participado en dos proyectos de gran repercusión en el parque: el Proyecto de Gestión de Áreas Protegidas (PGAP) y el Proyecto de Gestión Comunitaria de Desarrollo Social (PGCDS). A continuación analizaremos ambos proyectos como ejemplo de intervención eco-turística desde la comunidad.

## **8- El proyecto de Gestión de Áreas Protegidas**

El Proyecto de Gestión de Áreas Protegidas (PGAP) fue puesto en marcha por el Gobierno de Marruecos en 2003, con un presupuesto de 15.7 millones de dólares, cofinanciado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FEM) con 10,5 millones de dólares, fondo gestionado por el Banco Mundial. El proyecto pretendía crear una red de áreas protegidas en Marruecos y fortalecer sus estructuras organizativas e institucionales en conformidad con las líneas directrices del Congreso Mundial de Áreas Protegidas (Durban, 2003). El proyecto tenía una estructura basada en la coordinación participativa de los principales actores institucionales y donantes del fondo.

De modo más preciso, los objetivos del PGAP fueron:

- Mejorar la conservación de los ecosistemas y especies de interés global mediante el establecimiento de un sistema de áreas protegidas administradas de manera eficaz.
- Fortalecer las capacidades institucionales en Marruecos sobre la gestión sostenible y la conservación de las AP.
- Promover el desarrollo económico y social alrededor de las áreas protegidas que abarca el proyecto.

En el área del parque nacional Khenifiss, la Red Asociación Khenifiss fue uno de los principales actores intervinientes. La red participó en el proyecto a través de un programa específico de pequeñas donaciones ("Programme de petits dons"). Este

programa fue gestionado por la ONG SPANA, como socio internacional, junto con la Alta Comisaria de Aguas y Bosques y la Lucha contra la Desertificación, la Agencia de Desarrollo Social (ADS) y la propia Red Asociación Khenifiss, que desempeñó un papel de asesoramiento y ayuda a la gestión. El programa, con un coste total de 960.000 DH, se puso en marcha en 2005, con el objetivo final de convertir al parque PNK en un destino eco-turístico y potenciar el uso racional de los recursos naturales.

En este sentido, se creó un centro de información para que los visitantes pudieran descubrir la riqueza y biodiversidad del parque y tres puestos para la observación de las aves migratorias.

Asimismo, se diseñaron varias rutas de ecoturismo en el parque. Aunque fue una iniciativa interesante, propia de la gestión de los espacios naturales protegidos, el principal problema de estas rutas eco-turísticas viene dado por una equívoca elección de los métodos de promoción y comercialización y por la falta de información y señalización para el usuario, por lo que no han dado los resultados que se esperaban.

Figura 57. Centro de información y puesto de observación de aves



Fuente: documentos de HCEFLCD

## **9- La Red Asociación Khenifiss en el Proyecto de Gestión Comunitaria de Desarrollo Social**

En 2005 la asociación tuvo la oportunidad de colaborar con la Agencia de Desarrollo Social (ADS) a través de un programa de micro financiación del fondo para

el medio ambiente mundial (PMF/FEM) en el Proyecto de Gestión Comunitaria de Desarrollo Social de la zona. El programa de microfinanciación de la ADS intentó abordar problemas globales y de alcance nacional mediante una gestión descentralizada y participativa a base de micro proyectos. Entre ellos encontramos el micro proyecto comunitario de la Red Asociación Khenifiss, que constó de tres fases:

### 9.1. Creación de un albergue eco-turístico

La primera fase del proyecto permitió la construcción de un albergue eco-turístico que ofrece servicios de alojamiento y restauración a los visitantes del Parque Nacional de Khenifiss.

En este sentido, los alojamientos constituyen unas de las actividades más importantes dentro de la actividad eco-turística, debido a que ofrecen lugares para pernoctar (hoteles, casas rurales, albergues, bungalós, etc.) al eco-turista manteniendo el contacto con la naturaleza y con ello, le da la opción de poder permanecer más tiempo en las áreas protegidas del destino que visita.

Figura 58. Albergue Khenifiss



Fuente: fotos propias

Según Aouissa Salek<sup>25</sup>, presidente de la asociación, este albergue permite la valorización del potencial turístico en esta reserva ecológica, reúne de las condiciones

<sup>25</sup> Aouissa Salek. Entrevista, 2 de febrero de 2015.

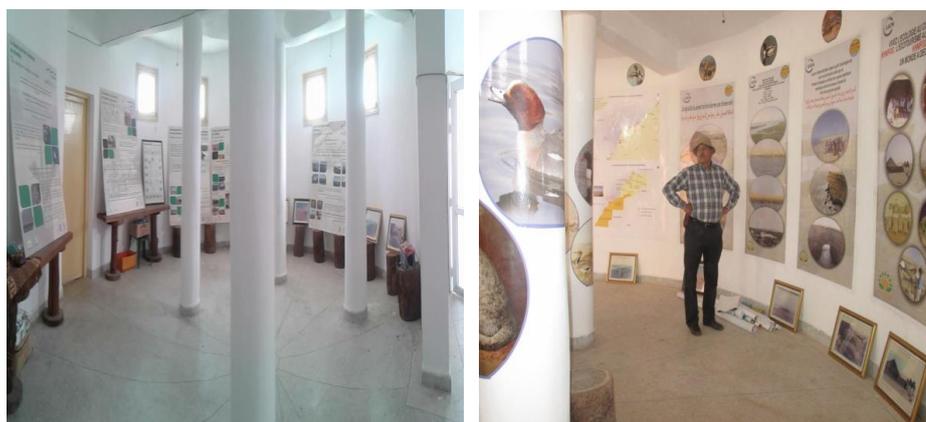
adecuadas para la recepción de visitantes, favorece la sensibilización sobre la biodiversidad de este sitio y contribuye al desarrollo local.

### 9.2. Apertura de un eco-museo

En la segunda fase del microproyecto se construyó un eco-museo y un centro de recepción e información para visitantes, junto al albergue.

El eco-museo está gestionado por la asociación RAK e incluye fotos, mapas, libros... para promover y difundir el conocimiento sobre el Parque natural Khenifiss, con lo que su principal papel es la valorización de los recursos medioambientales del parque.

Figura 59. Eco-Museo en la sede de la Red Asociacion Khenifiss



Fuente: fotos de la asociación RAK

### 9.3. Fomento de la actividad turística en la laguna de Naila

La tercera fase del proyecto ha estado orientada al fomento de la actividad turística en la laguna de Naila. Para ello, se incidió en la mejora de la capacitación de la población implicada en la gestión del parque en sus funciones de gestión ambiental y de atención al turista. Las actividades se dirigieron a los empleados del parque, propietarios del albergue y a los pescadores de la laguna. Se pretendía que adquirieran las

habilidades necesarias para poder ofrecer servicios de alojamiento y de animación en condiciones estandarizadas de calidad.

En este sentido, la asociación creó un micro proyecto orientado a un grupo local de jóvenes pescadores con el propósito de que mejorasen su actividad económica principal y llegaran a desarrollar una actividad secundaria como guías turísticos en la laguna de Naila y alrededores. Este proyecto se completó con otro orientado a difundir y formar en buenas prácticas, con el fin de evitar perjuicios ambientales. Además el proyecto también permitió:

- La creación de una cooperativa de pescadores en Naila en 2006.
- La ejecución de acciones de mejora del estado de los barcos de la laguna de Naila, incorporando nuevos motores, y construcción de un pequeño muelle flotante.
- La construcción de una senda terrestre en los alrededores de la laguna para ser usada en la actividad turística.

La cooperativa de pescadores de Naila se compone de 11 barcos de pequeño tamaño, según Abdlmajid Ayach<sup>26</sup>, miembro de la cooperativa. Con el proyecto se pretendía que se ofrecieran servicios eco-turísticos, como paseos dentro de la laguna y actividades de observación de aves.

Figura 60. La laguna de Naila y paseo en un barco en la laguna



Fuente: fotos propias

<sup>26</sup> Abdlmajid Ayach. Entrevista, 13 de Mayo de 2015.

Las personas involucradas en el proyecto provienen de la población seminómada del lugar y de los colectivos nómadas que se han instalado alrededor de la comuna rural de Akhfennir. Casi 30 jóvenes y más de 50 familias se benefician del proyecto.

Este proyecto permite la diversificación económica de las familias en el área y por tanto, la búsqueda de fuentes económicas alternativas o complementarias. Los ingresos han aumentado y mejorado el nivel de vida de unas 50 familias del pueblo de Akhfennir, ayudando al avance en la cohesión social de la zona.

Por otro lado, el proyecto ha contribuido a la preservación de la biodiversidad de la laguna de Naila, ya que la población implicada aprecia de manera más clara una relación directa entre los recursos económicos generados y el mantenimiento del ecosistema.

Lo más importante de este proyecto es que es gestionado y ejecutado por los propios pescadores, apoyados técnicamente por varias entidades públicas, lo cual le da un mayor valor social y, por tanto, es replicable en otras organizaciones de pescadores artesanales, representando un aporte al desarrollo de dichas comunidades en la gestión de estas nuevas actividades turísticas.

## **10- Conclusiones**

Hemos visto que el desarrollo de la política marroquí de creación de áreas naturales protegidas está vinculado a patrocinadores externos, donde podemos incluir estados a través de sus políticas de cooperación para el desarrollo, Naciones Unidas, fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro. Hemos señalado también, que la gestión de estos parques genera actividad económica y empleo en sí mismo y está orientada al desarrollo local sostenible. Por último, hemos apuntado que la gestión de estas áreas es el resultado de la colaboración de diferentes instituciones y la sociedad civil, como en el caso del parque nacional de Khenifiss, donde una parte de los resultados obtenidos en pos del desarrollo de un modelo productivo ecoturístico se sustenta en la existencia de una asociación en la comuna de Akhfennir. Es más, sin la participación local, difícilmente se alcanzarían logros relevantes en la gestión de estos parques, dada la estrechez presupuestaria del estado marroquí. El ecoturismo en las áreas protegidas requiere la participación y el control de la comunidad.

A pesar de las experiencias contadas, queda mucho por avanzar en este tema. La gestión adecuada de los parques no sólo necesita de Planes de Acción Comunitaria sino avanzar en gobernanza, en sensibilización de la población, en educación ambiental, en compromiso territorial, en cultura participativa, en descentralización en la toma de decisiones...Y esto tiene serias dificultades dado que las administraciones marroquíes adolecen de serios problemas de coordinación y de una rígida estructura piramidal en la que las decisiones se suelen tomar de arriba hacia abajo.

A ello se suma la falta de recursos humanos y presupuestarios para una adecuada gestión de las áreas protegidas, el insuficiente entendimiento de las necesidades de la población en el entorno del parque, la escasa inversión en capacitación de la población local para un modelo económico sostenible, la falta de cultura turística y la reducida capacidad para estimular la inversión privada...aspectos todos que se reconocen en Khenifiss.

## CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES GENERALES

---

Este estudio pretende abordar dos objetivos generales en relación con la zona de estudio: en primer lugar, el análisis de las posibilidades y dificultades que puede tener el turismo comunitario como una opción de desarrollo integrador y sostenible y, en segundo lugar, presentar algunas características de cómo podría articularse un modelo turístico de base comunitaria.

Como hemos señalado el turismo comunitario ha sido objeto de estudio por numerosos académicos e investigadores de todo el mundo. Es un tipo de turismo que no responde a un concepto monolítico, sino que su definición es poliédrica, en función de las características territoriales y sociales del ámbito territorial en que se desarrolle.

En función de nuestro criterio, podemos señalar que el turismo comunitario, se sustenta sobre cuatro elementos fundamentales: en primer lugar, la participación de la población local, entendiendo tanto que la actividad económica se sustenta en el trabajo y la capacidad de decisión de la comunidad local como que los beneficios se quedan mayoritariamente en el ámbito local. En segundo lugar, el producto turístico se basa en un nuevo tipo de turista que antepone las experiencias en estrecho contacto con las comunidades receptoras, motivo por el que este tipo de turismo favorece las relaciones interculturales. En tercer lugar, la importancia de la identidad local como elemento clave. El patrimonio tangible e intangible y el estilo de vida local forman parte del producto turístico, por lo que favorece su preservación. Y, por último, el cuarto elemento clave es la valoración del territorio. El turismo comunitario impulsa una nueva mirada del turismo sobre el territorio.

La situación de las provincias del sur de Marruecos no es la más adecuada para la materialización de cualquier proyecto de desarrollo. Es un área extensa, con un entorno natural desertificado y escasamente poblado, con contingentes reducidos especialmente en las provincias de Tan-Tan y Tarfaya. En los últimos años las tasas de urbanización han crecido espectacularmente por lo que las zonas rurales padecen un fuerte proceso de despoblación, lo que repercute en que la estructura demográfica en estas áreas esté también cambiando, teniendo cada vez más peso los colectivos de mujeres, niños y personas mayores. La población, fuera de los ámbitos urbanos, se refugia en los oasis y el resto de los contingentes es nómada o seminómada. Fuera del sector público, la actividad económica se centra en la pesca, el comercio y las actividades primarias, especialmente la ganadería. La actividad productiva y la

población en sí mismo se benefician de un número importante de subsidios transferidos desde los presupuestos estatales, motivo por el que el volumen demográfico ha seguido creciendo, a pesar del balance migratorio. La zona tiene una economía frágil en el que el tejido empresarial es muy débil.

Además, el área presenta limitaciones en relación con las principales infraestructuras: la disponibilidad de agua es uno de los grandes problemas, las infraestructuras de comunicación y transporte, aunque han mejorado, no presentan una situación óptima y la infraestructura energética, con proyectos de mejora importantes en el horizonte, no tienen una gran capacidad productiva aún, aunque la paulatina conexión a la red eléctrica nacional garantiza el servicio.

Con este panorama, el nivel de desarrollo humano es bajo. La pobreza alcanza tasas importantes, las tasas de actividad y desempleo no son alentadoras, las de analfabetismo son altas, especialmente entre la población de más edad; la tasa de escolarización, sobre todo a partir de secundaria, no responde a los estándares occidentales. Esta situación se agrava en los ámbitos rurales y especialmente entre las mujeres. A ello se suma que las viviendas presentan en muchos casos carencias importantes (saneamiento, abastecimiento...) y que los equipamientos sociales no alcanzan el nivel deseable. El bajo nivel de desarrollo social y la falta de perspectiva son las dos características predominantes.

En este contexto la actividad turística tiene un bajo nivel de implantación en la zona y se concentra en las zonas urbanas y costeras. La oferta alojativa es escasa, compuesta de pequeñas unidades productivas de carácter familiar y de baja categoría, en general. Según los propios agentes turísticos, los negocios tienen problemas de financiación, comercialización, formación y especialización. Los negocios tienen un bajo nivel de ocupación y la duración de la estancia media es muy corta en el contexto de Marruecos. Por tanto, el turismo en la zona está aún en una fase incipiente y el sector tiene dificultades serias para mantener la rentabilidad.

En este escenario de precariedad económica y social y de escasa experiencia previa en la actividad turística, la política marroquí ha apostado por el desarrollo turístico de la zona, que es valorada en los planes estratégicos estatales como un área con una importante potencialidad para el turismo de balneario costero. La propuesta política se basa en la realización de grandes resorts en los mejores espacios litorales mediante la

captación de la inversión de grandes agentes turísticos internacionales. Se quiere impulsar un producto turístico-inmobiliario basado en las fórmulas estandarizadas del turismo masivo con la diferenciación que aporta el exotismo del desierto. En su conjunto, se trata de un modelo que deja un papel residual a las pequeñas iniciativas turísticas de la población local, a pesar de que el planteamiento de desarrollo impulsa alojamientos de menor tamaño en los oasis, y en el que la acción pública se reduce a facilitar el suelo a los inversores internacionales.

El desarrollo de este modelo incidirá en una mejora de las infraestructuras, en la creación de empleo y en una probable mejora de las condiciones de vida de la población, en el caso de que llegue a ejecutarse. No obstante, también supondrá la llegada de población del exterior, la banalización de elementos culturales y problemas ambientales y paisajísticos. Además, el desarrollo del turismo masivo no tiene que suponer implícitamente una mejora significativa del desarrollo humano, porque como se ha atestiguado por Naciones Unidas, el capitalismo global que impulsa hoy en día la nueva periferia turística suele externalizar los beneficios fuera de los territorios de inversión cuando estos son países en vías de desarrollo.

Sin ahondar en el debate sobre los beneficios y los perjuicios del turismo masivo en la zona, queremos señalar que existen otras opciones, entre las que se encuentra el turismo eco-cultural de base comunitaria. En función de las opiniones de los agentes locales (autoridades, empresarios, representantes de organizaciones no gubernamentales y asociaciones) y del estudio de experiencias llevadas a cabo en la zona de estudio, esta es una modalidad que podría llegar a tener una mayor presencia en el sistema socio-económico de la zona.

La zona cuenta con recursos territoriales y sociales necesarios para el turismo comunitario en sus ámbitos rurales:

1. Desde el punto de vista natural en la zona existen espacios de gran valor y atractivo para el turismo ecológico. El Parque Nacional de Khenifiss, una parte importante de la Reserva de la Biosfera de los Oasis del Sur, estribaciones montañosa del Atlas, espacios de gran valor ecológico y paisajístico en el entorno de los ouadis y sus desembocaduras y la existencia de un territorio salpicado de campos dunares, playas de arena fina y extensas salinas hacen que sea incuestionable la potencialidad turística de toda el área.

2. También encontramos elementos culturales, territoriales o no, de gran importancia. Los conjuntos patrimoniales de las principales ciudades (Guelmim, Sidi Ifni, Tan-Tan, Tarfaya), ligados en muchos casos a la etapa colonial, el Moussem, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad; fiestas de gran personalidad que giran en torno a la cultura del camello y el nomadismo; una artesanía de marcada tradición; viviendas de fuerte personalidad y, en general, un legado producto de la interconexión de las culturas amazigh, hassani y colonial lo atestiguan. La cultura, el patrimonio y los espacios naturales ya están creando hoy en día ciertos flujos turísticos que se dirigen hacia la zona, según las motivaciones declaradas.

3. El mantenimiento de técnicas agrícolas y artesanas tradicionales en la población, en especial entre las mujeres, es un elemento fundamental, ya que el turismo comunitario de fuerte base experiencial requiere desarrollarse como una actividad complementaria.

4. La existencia de un modelo de hábitat de gran interés turístico, tanto en poblamientos en oasis como en estructuras seminómadas y, en paralelo, la conservación de un modo de vida rico en tradiciones, es un recurso territorial de gran importancia.

5. El carácter hospitalario de la población y un bajo nivel de rechazo hacia el extranjero. La tranquilidad de la zona (reducida repercusión del conflicto geopolítico del pueblo saharauí) es un elemento clave para el desarrollo del turismo.

6. La existencia de una abundante fuerza de trabajo desocupada, formada especialmente por jóvenes y mujeres, en muchos casos con un nivel de cualificación muy superior al de generaciones precedentes.

7. El desarrollo de una incipiente cultura del asociacionismo, en muchos casos femenino, a través de cooperativas de artesanas (Ouin Madkour, Qafila y Tafyoucht), asociaciones culturales (Amigos de Tarfaya) y de gestión de espacios naturales (Red de Asociaciones Khenifiss)

8. El desarrollo en los últimos años de iniciativas al amparo del Plan Oasis del Sur y la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano de Marruecos, de marcado carácter demostrativo.

9. Una estructura productiva local, que goza de cierta autonomía de decisión y emprendimiento, basada en microempresas de carácter turístico como algunas orientadas a la prestación de servicios turísticos complementarios (Rkounte Tour) o de alojamiento (casas de huéspedes en Tighmert)

10. La existencia de organizaciones no gubernamentales y agencias especializadas interesadas en el desarrollo turístico de la zona. La mayoría están interviniendo en la zona o han ejecutado proyectos.

11. La llegada de remesas de emigrantes e incluso la vuelta de algunos retornados puede ser también un elemento que facilite la implantación de negocios turísticos.

12. La aparición de algunos agentes sociales dinamizadores sobre todo desde la sociedad civil o desde el ámbito del emprendimiento individual.

A pesar de todos estos elementos que parecen propiciar el desarrollo del turismo comunitario eco-cultural, su desarrollo presenta grandes dificultades:

1. La mayor parte de estos obstáculos se relacionan con el nivel de desarrollo socio-económico del área. La ausencia de servicios sanitarios adecuados, los bajos niveles de formación, las elevadas tasas de analfabetismo, sobre todo entre la población femenina, el escaso nivel de renta de la población, lo que les obliga a vivir en muchos casos en el umbral de la supervivencia o ser dependientes de la subsidiación pública, son algunos de los indicadores que lo manifiestan.

2. El escaso desarrollo de infraestructuras necesarias para el turismo en las áreas rurales como la existencia de una red de transporte y comunicaciones adecuada, de una red suficiente de recogida de basuras y aguas fecales, de abastecimiento de agua potable, de energía eléctrica...

3. La escasez de infraestructura turística: escasez de unidades alojativas con la calidad adecuada para el turismo internacional y limitado alcance en la comercialización y marketing de la oferta.

4. La falta de planificación o la incapacidad de ejecución de las instituciones central y, especialmente, regional y local. La lentitud de las gestiones administrativas.

5. La limitación de los recursos financieros para la puesta en marcha de proyectos turísticos. Es complicado conseguir financiación ajena.

6. Las limitaciones presupuestarias de las instituciones a todas las escalas, lo que incide en una dependencia de la financiación internacional y en la ralentización de los proyectos.

7. El escaso interés de la política turística marroquí por esta opción de desarrollo en el área de estudio. De hecho, las escasas actuaciones llevadas a cabo están relacionadas con la llegada de financiación internacional al desarrollo y con la política de cooperación supranacional y de algunos países del entorno, y no tanto con un plan de desarrollo local que incluya el turismo comunitario como eje estratégico y que reserve recursos económicos con este fin.

8. La escasa formación y cualificación de la población en el negocio turístico y la escasez de cultura turística.

A pesar de las dificultades para el desarrollo de esta modalidad turística, es necesario ponerla en valor en función de los beneficios sociales y ambientales que podría generar.

1. El desarrollo de microempresas y asociaciones supondría un aumento de la actividad en la población, incrementándose el empleo y por ende la renta y el nivel de vida de la población, al menos en términos económicos.

2. Como la capacidad de decisión radica sobre todo en los productores locales, gran parte de los beneficios se quedarían en la zona en la que se ofrece el producto.

3. Al ser una actividad que ocupa a mujeres y jóvenes, favorece la inclusión social de estos dos colectivos. En el caso de los jóvenes, supone un freno a los procesos de emigración y, por tanto, a la pérdida de población. En el de las mujeres, les da mayor independencia económica, una mejor posición en la estructura familiar dado que se convierten en aportadoras de ingresos, y una mayor presencia social.

4. Favorece el asociacionismo y otras fórmulas de desarrollo de la sociedad civil. Esto conlleva una mejor defensa de derechos y una mayor implicación en la vida política.

5. Este modelo turístico favorece la conservación de los recursos ambientales y culturales, siempre y cuando, mantenga un nivel de desarrollo adecuado a la capacidad de carga. El producto turístico se sustenta en estos recursos, por lo que necesariamente debe abogar por fórmulas de desarrollo sostenible.

6. El desarrollo implica la llegada de extranjeros, tanto turistas, como agentes (no es raro que detrás de los proyectos encontremos a extranjeros), lo que supone una disminución del aislamiento, un impulso al cambio de mentalidades y una mayor apertura de mente de la población.

7. El turismo comunitario conlleva la llegada de capital tanto de la población local como desde el exterior, a partir de la captación de fondos para la cooperación y de la lucha contra la pobreza.

8. Según los encuestados no genera afecciones negativas sobre los precios y la valorización inmobiliaria, debido a que es un modelo de baja densidad.

A pesar de todos estos hipotéticos beneficios, no está claro que sea una opción que genere las condiciones para un desarrollo social y humano relevante, por lo que tiene que valorarse como una opción de desarrollo complementaria de otras actuaciones y de otros sectores productivos.

Teniendo presente la existencia de un contexto social, económico y político poco favorable, las medidas a adoptar para el desarrollo del turismo comunitario son muchas, a juicio de los especialistas y agentes locales. Entre ellas queremos sintetizar:

1. La formulación de proyectos globales desde la administración local. La falta de apoyo desde la política estatal, debe ser compensada por la existencia de planes regionales y locales que se planteen una estrategia de desarrollo turístico en las zonas rurales y que propicien la colaboración público-privada en función de unos objetivos consensuados. Los agentes sociales y la población en general deben ser escuchados en la definición de un plan de desarrollo integrador.

2. La creación de fórmulas de financiación adecuadas para empresas comunitarias. Aunque en Marruecos se ha desarrollado en los últimos lustros la microfinanciación, los resultados no han alcanzado a todas las zonas por igual y los

ámbitos rurales han sido los más perjudicados. La ayuda en la tramitación burocrática es también un elemento conveniente.

3. La mejora y puesta en valor del patrimonio y la sostenibilidad como clave de desarrollo. La pérdida de población en las zonas rurales y la llegada de población desde otros lugares de Marruecos están impactando en el modo de vida tradicional de la población, mayoritariamente de cultura hasaní. La red de espacios naturales protegidos es insuficiente y los recursos económicos destinados a la preservación también. Los grandes proyectos de desarrollo turístico costero no priorizan la protección ambiental y, en algunos casos, suponen, a nuestro juicio, graves impactos ambientales y paisajísticos. Las intervenciones alojativas que se proponen en el interior suponen una “falacia cultural” de gran impacto paisajístico. Por todo ello, la fragilidad y el valor ambiental y cultural de la zona precisan de la puesta en marcha de políticas de desarrollo en el que la sostenibilidad sea un elemento clave y que permita la conservación y mejora de los recursos.

4. La mejora en las infraestructuras, tanto en sentido general como en el ámbito turístico. En los ámbitos rurales es imprescindible la mejora de las infraestructuras sanitarias, de comunicaciones y transportes, de abastecimiento y saneamiento... Las administraciones públicas deben asumir el necesario protagonismo, ya que se trata de inversiones intensivas en capital que difícilmente pueden ser asumidas por capital privado. Ponemos de relieve la necesaria mejora y desarrollo de aeropuertos internacionales, dado que actualmente solo hay aeropuertos nacionales en Guelmim y Tan-Tan.

5. En lo estrictamente turístico, no sólo se necesita aumentar la oferta alojativa a través de pequeños establecimientos y viviendas de uso compartido, sino también la oferta de servicios complementarios y de intermediación. La prestación de servicios de calidad estandarizada es fundamental ya que este es uno de los grandes problemas del turismo en los países en desarrollo. En señalización e información turística queda casi todo por hacer. Los atractivos temáticos son también muy escasos (museos), aunque han aparecido en los últimos lustros. Son necesarias fórmulas de gestión y financiación que procuren todos estos elementos.

6. La mejora en formación, cualificación y cultura turística. Es imprescindible la puesta en marcha de planes de formación tanto para contratados como emprendedores.

Dada la escasa repercusión de la política marroquí en este sentido en el área de estudio, la política de cooperación internacional y las organizaciones no gubernamentales tienen que convertir la formación en un eje estratégico.

7. La organización de instrumentos para desarrollar la participación e implicación de la población a través de asociaciones, cooperativas y otras herramientas similares. Es necesario mejorar la cultura colaborativa de la población y para ello los agentes externos son fundamentales. El retorno de jóvenes formados en el exterior está siendo un elemento favorecedor en la actualidad. En general, el problema, cuando hablamos de fórmulas colaborativas, es la falta de cultura de la población sobre el negocio turístico y de confianza en el proceso colaborativo.

La falta de un modelo global orientado al desarrollo de un turismo alternativo en la zona no significa que no se hayan llevado a cabo en los últimos años algunas experiencias vinculadas con el turismo comunitario eco-cultural. Estas experiencias, analizadas en esta tesis, han venido casi siempre de la mano de programas de desarrollo internacional orientados al desarrollo local y a la lucha contra la pobreza. Marruecos, amparado en la llegada de financiación del exterior, ha desarrollado dos programas de gran importancia en este sentido: la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano (INDH) y el Programa Oasis del Sur (POS). No podemos reconocer en estas iniciativas un turismo comunitario basado en prácticas de gestión colaborativas en muchos casos, pero son la mejor expresión de fórmulas alternativas y han tenido un marcado carácter demostrativo.

En cualquier caso, más allá de todos los obstáculos para el desarrollo de estas fórmulas turísticas, creemos que hay un elemento fundamental para el desarrollo del turismo eco-cultural de base comunitaria: la presencia de agentes dinamizadores. Aunque la creación de infraestructuras y de proyectos siempre choca con la falta de recursos públicos y privados, creemos que el elemento clave es el agente dinamizador. Las instituciones públicas de ámbito local no asumen este papel en la mayoría de los casos y todo depende de la existencia de emprendedores capaces de llevar a cabo iniciativas. A veces, pueden ser y, de hecho, son jóvenes formados generalmente en el exterior que deciden desarrollarse profesionalmente en la zona; en otras ocasiones, la dinamización recae en organizaciones no gubernamentales y en el voluntarismo de personas, muchas veces extranjeras, que desde planteamientos ideológicos concretos

intentan fomentar modelos sostenibles de turismo responsable. No faltan casos en que emprendedores externos visualicen las oportunidades que la zona puede tener para el negocio turístico, invirtiendo y generando nuevos modelos de comercialización a través de agencias especializadas o asociaciones de interesados.

El dinamizador es el que puede suplir la falta de visión sobre el negocio turístico de la población, enfrentarse a las carencias de financiación y a la dificultad para generar y gestionar estructuras empresariales. Sus actuaciones tienen además un fuerte poder demostrativo en el resto de la población.

En función de lo dicho, creemos que es necesario ahondar en algunas líneas de investigación, con el objetivo de facilitar el desarrollo de fórmulas turísticas de base comunitaria. En concreto, nos resultan especialmente necesarias las siguientes líneas:

1. Importancia del marketing como herramienta de comercialización de los productos turísticos comunitarios tanto para la demanda interna como para la externa.

2. La gestión de calidad de los productos comunitarios.

3. El rol de la educación ambiental en la experiencia turística de los visitantes y posibles ejes de actuación para el desarrollo de comportamientos sostenibles por parte de los visitantes y de la población.

4. Mecanismos innovadores de financiación y de gestión de proyectos comunitarios y la colaboración del sector privado en estos proyectos. El retorno de la inversión en términos económicos, sociales y ambientales.

5. La influencia de la ordenación territorial en el desarrollo turístico de Marruecos y en las provincias del sur.

Antes de acabar estas conclusiones generales, queremos reivindicar que el turismo comunitario eco-cultural como fórmula alternativa o complementaria de otros planteamientos turísticos no es sólo un modelo de negocio que se puede desarrollar en la zona al amparo de la progresiva segmentación de la demanda internacional; es un planteamiento global de desarrollo que tiene que ver con el derecho de los pueblos sobre su territorio y su modo de vida. Implica una reflexión y un posicionamiento sobre quién se beneficia o debería beneficiarse de la explotación económica de los recursos

territoriales y no territoriales del sur de Marruecos, sobre el modo en que se usa el medio y sobre el derecho fundamental a la participación ciudadana.

Esta investigación no sólo nos ha abierto la mente a apasionantes líneas de trabajo sobre turismo comunitario con las que queremos seguir aprendiendo en este camino sin final que es la investigación, sino que también a un concepto de desarrollo integrador en el que la preservación de la identidad social, medioambiental y cultural es un elemento crucial y un derecho ciudadano.

Figura 61. Esquema básico de resultados de investigación



## BIBLIOGRAFÍA

---

- Agence de Développement Social y Initiative Nationale pour Développement Humain (2010). (DTP) Diagnostic Territorial Participatif De la commune rurale D'Akhfennir, Avril 2010
- Agence Urbaine de Guelmim (Sans date). Establissement du Schéma directeur d'aménagement urbain du litoral de la région de Guelmim Es-smara (SDAUL); Approche d'intervention.
- Agencia Marroquí de Prensa (MAP). (2010). El paso de Sidi Ifni de ciudad a provincia creará una dinámica de desarrollo.
- Aghnaj, A. Tampe, M et Ribí, M. (2012). Cadrage à l'horizon 2020 du Plan Directeur des Aires Protégées au Maroc. Deutsche Gesellschaft für Internationale
- Aguer, Ó. (2004). El sector turístico-hotelero en Marruecos. Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, (819), 145-156.
- Aguëra, F. O. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas*, 38(2), 1.
- Agüera, F. O., & Verdugo, M. C. (2013). Conceptualización y consideraciones en torno al ecoturismo.
- Agüera, F.O. (2014). Análisis del ecoturismo en república dominicana: desarrollo sostenible. El caso. Del monumento natural saltos de la damajagua. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla
- Almeida, F. (2010). Transformaciones turísticas en el litoral Mediterráneo Marroquí, *Universidad Carlos III*, Madrid.
- Almeida, F. y Chahine, S. (2016). Evolución de la política turística y la intervención estatal. El caso de Marruecos, en *Cuadernos de Turismo*, nº 38 (en prensa).
- Al-Oun, S. Y Al-Homoud, M. (2008). The Potencial For Developing Community Based Tourism Among The Bedouins In The Badia Of Jordan. *Journal Of Heritage Tourism*, 3 (1), 36-54
- Amador, C. F., Villarreal, L. Z., Jiménez, G. C., & Martínez, E. E. V. (2014). Economía social, comunalidad: orientación teórica para el turismo rural, como alternativa de desarrollo. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, (9), 1645-1658.
- Babb, F. (2010). *The Tourism Encounter: Fashioning Latin American Nations and Histories*. Stanford University Press.
- Bajeddi, M. Tagemouati, L, N. (2012). Evaluation Finale: Programme Conjoint De Cooperation Le Patrimoine Culturel Et Les Industries Creatives Comme Vecteurs De Developpement Au Maroc 2008-2012
- Banco Mundial. (2010). Marruecos novedosa lucha contra la pobreza mediante una estrategia de desarrollo humano.
- Baudrillard, J. (1988) *Selected Writings*, ed. M. Poster, Cambridge: Polite Press.

- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Landlinks Press.
- Beni, M. C. (2003). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC.
- Blasco, M. C. (2012). Turismo, identidad, y reivindicación sociocultural en Chile. In *Turismo y sostenibilidad: V Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla, 17 y 18 de mayo de 2012 (pp. 127-145). Digital@ tres.
- Boisot, M., & MacMillan, I. C. (2004). Crossing Epistemological Boundaries: Managerial And Entrepreneurial Approaches To Knowledge Management. *Long Range Planning*, 37(6), 505-524.
- Bokbot, Y., Pintado, J O., Sheila, U A., Victor, M L., Álvaro, S C. (2015). Plan directeur de gestion du patrimoine archéologique du bassin de l'oued Noun. Formulation et inventaire des biens.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable Tourism: A State-Of-The-Art Review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Caire, G. (2012). A qui profitent les vacances?. *Le Monde diplomatique*, (7), 18-18.
- Cañada, E. (2010). Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. *Revista Pueblos*, 41 marzo.
- Cañada, E. (2010). Soberanía comunitaria. Intag como ejemplo, Ecuador. *Alba Sud*.
- Carballo-Sandoval, Arturo (1999), *Community Involvement In Sustainable Ecotourism: The Case Of The Mexican Caribbean Area*. Reading (U.K.): University Of Reading.
- Carrión Díaz, I. A. (2012). Género y turismo alternativo: aproximaciones al "empoderamiento". Tesis doctoral, Universidad Complutense De Madrid.
- CDCT (Consortio Dominicano de Competitividad Turística). (2014), manual de capacitación de formadores para técnico en ecoturismo
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, Ecotourism, And Protected Areas: The State Of Nature-Based Tourism Around The World And Guidelines For Its Development*. Iucn.
- Chahine, S. (2016). Turismo globalizado en Marruecos: el caso de Saidía, Tesis Doctoral. Universidad de Málaga
- Commission Consultative de la Régionalisation. (2012). Livre I: Conception générale
- Commission Consultative de la Régionalisation. (2012). Livre III. 1: Régionalisation avancée et développement économique et social
- Commission Consultative de la Régionalisation. (2012). Livre III. 2: Atlas Cartographie
- Commission Consultative de la Régionalisation. (2012). Livre II: Rapports Thematiques
- Consejo de Europa. (1999). "A Report on The Brainstorming Session Held in November 1999 on Education for Democratic Citizenship and Social Cohesion"
- Consejo Económico, Social y Ambiental (CESA). (2012). Modelo de desarrollo regional para las provincias del sur. Documento de síntesis. Diciembre 2012

- Consejo Económico, Social y Ambiental (CESA). (2013). Nuevo modelo de desarrollo para las provincias del Sur. Octubre 2013
- Coordination Nationale de INDH. (2013). Inicative Nationale pour le Développement Humain; Genèse et evolution, septembre 2013
- Curiel, E. J. (2007). La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano los casos de Madrid y Valencia. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- De Pablo López, I. (2005). El emprendizaje social: motor de desarrollo y cohesión social. V *Seminario sobre creación de empresas y entorno. Universidad Autónoma de Madrid. Trujillo.*
- Denman, R. (2001). Directrices para el desarrollo del turismo comunitario. World Wildlife Fund. Inglaterra.
- Dernoi, L. A. (1988). Alternative Or Community-Based Tourism. In Global Conference: Tourism. A Vital Force For Peace. Montreal: The Conference. International Institute For Peace Through Tourism.
- Direction regional de Guelmim de Haut-Commissariat au Plan. (2016). Indicateurs démographiques et socio-économiques Province Guelmim, RGPH 2014.
- Direction regional de Guelmim de Haut-Commissariat au Plan. (2016). Indicateurs démographiques et socio-économiques Province Tan-Tan, RGPH 2014.
- Direction regional de Guelmim de Haut-Commissariat au Plan. (2016). Indicateurs démographiques et socio-économiques Province Sidi Ifni, RGPH 2014.
- Direction regional de Guelmim de Haut-Commissariat au Plan. (2016). Indicateurs démographiques et socio-économiques Région Guelmim-Oued Noun, RGPH 2014
- Direction Régional de Haut Commissariat Au Plan de Guelmim. (2015). Région Guelmim-Oued Noun en chiffres.
- Direction Régional de Haut Commissariat Au Plan de Laayoune. (2015). Annuaire Statistique Regional Laayoune – Sakia El Hamra
- Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Guelmim-Oued Noun. (2015). Monographie de la province de Guelmim.
- Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Guelmim-Oued Noun. (2015). Monographie de la province de Tan-Tan.
- Direction Régionale de Haut Commissariat au Plan Laayoune-Sageui El Hamra. (2015). Monographie de la région Laayoune-Sagua El Hamra.
- Direction Régionale des Eaux et forêts et de la Lutte Contre la Désertification du Sud (DREFLCD). (sans date). Le Parc National de Khenifiss; pour le développement durable des régions de sud.
- Dola, K., & Mijan, D. (2006). Public Participation In Planning For Sustainable Development: Operational Questions And Issues. ALAM CIPTA, International Journal On Sustainable Tropical Design Research & Practice, 1(1), 1-8.

- Doria Burgos, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local: Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26), 193-214.
- Dudley, N. (2008). Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas. IUCN.
- El Azyzy, Y. (2013). La imagen percibida del destino turístico Marruecos en el mercado español. Tesis doctoral. Universidad de Málaga, 2013
- Esparcia, J. (2012). Evolución reciente, situación actual y perspectivas futuras en el desarrollo rural en España y la UE. *Revue Marocaine d'Administration Locale et de Développement (REMALD)* n79.
- Esquema (Plan) Regional de Ordenación territorial (SRAT) de la Región Guelmim-Es-semara (2010). URBAPLAN / CID / ANALYTICA INTERNATIONAL. Juin 2010
- Faouzi, H. (2012). Impact des coopératives féminines sur la préservation et la valorisation de l'arganeraie: cas de la coopérative Tafyoucht (confédération des Ait Baâmrane, Anti-Atlas, Maroc). *Confins. Revue franco-brésilienne de géographie/Revista franco-brasilera de geografia*, (14).
- Faouzi, H. (2016). Impacto de la evolución del mercado del aceite de argán sobre la arganería de Marruecos. *Revista Geográfica de América Central*, 2(55), 199-222.
- FEPTCE. (2007). Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador
- Fernández Aldecua, M. J. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turística: ¿estamos hablando de lo mismo? (Ensayo). *El Periplo Sustentable*, (20), 31-74.
- Foladori, Guillermo (2002), "Avances y límites de la sustentabilidad social", *Economía, Sociedad y Territorio*. 3, 12, 621-137.
- Foro Mundial Social. (2009). Declaración de Belem del Foro Global sobre Turismo Sostenible
- Frías, C. M. (2013). El papel de los parques naturales como elementos de diversificación en el marco de la renovación de los destinos turísticos consolidados.
- Froger, G. (2010). *Tourisme durable dans les Suds?* (Vol. 11). Peter Lang.
- Fuller, N. (2012). Género y Turismo: una relación ambigua. [PDF] PUCP.
- Gascón, J. (2011). La metodología "Pro-Poor Tourism": un análisis crítico. *Opiniones en Desarrollo. Programa Turismo responsable*. Artículo núm. 9. Enero de 2011.
- González Herrera, M., & Iglesias Montero, G. (2009). Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social: Caibarién, Cuba. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(1), 53-68.
- Gormsen, E. (1997): «The impact of tourism on coastal areas». *Geo-Journal*, Vol. 1, nº 42, 39-54.
- Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de desarrollo rural*, 6(62), 81-97.

- Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *Revesco: revista de estudios cooperativos*, (99), 85.
- Guzmán, T. L., Borges, O., & Canalejo, A. M. C. (2011). Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Omnia*, 17(3).
- Harrison, D., & Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: Community-based tourism and the private sector. *Current issues in tourism*, 10(2-3), 194-230.
- Häusler, N. (2005). Planning For Community Based Tourism. In W. Strasdas. *Tourism Forum International at the Reise pavillon, Community-based Tourism: Between self-determination and market realities*. Hannover. The International Ecotourism Society
- Haut Commissaire aux Eaux et Forêts et à la Lutte contre la Désertification. (2008). Parc National de Khenifiss Plan d'aménagement et de gestion 2008 – 2013 (PAG).
- Haut Commissariat Au Plan. (2010). Carte De La Pauvrete 2007, Mai 2010
- Hiwasaki, L. (2006). Community-Based Tourism: A Pathway To Sustainability For Japan's Protected Areas. *Society And Natural Resources*, 19(8), 675-692.
- Huete Raquel. (2013). El papel de la mujer en el turismo. XIII jornadas sobre mujer, biología y salud universidad de alicante, noviembre 2013
- IDOM Ingeniería y Sistema. (2011). El turismo cultural en el Mediterráneo: algunas oportunidades para España, Francia, Marruecos y Túnez. Cámara de Comercio de Málaga
- Instituto Español de Comercio Exterior (IECE). (2012). Guía de Organismos de Apoyo a la Inversión: Marruecos. Mayo de 2012
- Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT). (2010). Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011-2015. Guatemala, Noviembre de 2010
- Junta de Andalucía. (2011). Reserva de Biosfera Intercontinental del Mediterráneo Andalucía (España)-Marruecos. Consejería de Medio ambiente
- Jurado, A. C. C., Domingo, A. S., & Pastor, V. J. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*, (30), 91-108.
- La Vie Economique. (2013, 17 de Juillet). Les 10 parcs nationaux du Maroc seront reclassés en 2014.
- Le Matin. (2016, 26 de Janvier). La Charte nationale signée à Rabat, 26/01/16
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism management*, 28(3), 876-885.
- Ley Nº 22-07. Relativa a las áreas protegidas, 16 de julio de 2010
- López, A. y Marín, G. (2010): "Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura, en *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, vol. 31, nº 123.

- López, E. (2008): “Cooperación y desarrollo territorial en el espacio fronterizo del norte de Marruecos”, en *Scielo, Estudios Front*, vol.9 n° 17, ene./jun. Mexicali.
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Documento de trabajo, (13).
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-Based Tourism Enterprises Development In Kenya: An Exploration Of Their Potential As Avenues Of Poverty Reduction. *Journal Of Sustainable Tourism*, 15(6), 628-644.
- MINCETUR. (2008). Estrategia Nacional de Turismo Rural Comunitario de Perú
- Mounya Nejjar. (2015). Programme Oasis Sud - Une expérience marocaine de développement durable
- Murillo, L. G., & Trullás, G. T. (2007). Turismo y promoción inmobiliaria en Marruecos. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (2918), 69-76.
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A Community Approach (RLE Tourism)*. Routledge.
- Murphy, P. E., & Murphy, A. E. (2004). *Strategic Management For Tourism Communities: Bridging The Gaps (Vol. 16)*. Channel View Publications.
- Naciones Unidas (2013): Indicadores internacionales sobre desarrollo humano. Disponible en <http://hdr.undp.org/es/estadisticas/> [27 de febrero de 2013].
- Naranjo, M. P. L. (2012). Turismo comunitario: aproximación teórica y experiencias comparadas de casos prácticos. *Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba*, 235-258.
- Navarro, E., Thiel, D. y Romero, Y. (2015): Periferias del placer: cuando turismo se convierte en desarrollismo inmobiliario-turístico, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n° 67, pp. 275-302.
- Nouaïm R. (2005). El árbol de argán en Marruecos, entre el mito y la realidad. París. L'Harmattan, 239 p.
- Oliart, F. (1969). Empresa comunitaria y reforma agraria (No. 131). Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria.
- Ontiveros, M. M. M., & Carrillo, J. D. V. C. (2015). Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en bahías de Huatulco, Oaxaca-México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 316-335.
- Organización Mundial de Turismo. (2015). El desarrollo del turismo en África amenazado por los delitos contra la vida silvestre. PR No: 15017, 03 Mar 2015
- Organización Mundial del Turismo (OMT) y La Entidad de la ONU para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de la Mujeres (ONU Mujeres). (2013). Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2014). El día mundial del turismo-Turismo y Desarrollo Comunitario.
- Organización Mundial Del Turismo. (2002). *Tourism And Poverty Alleviation*. Madrid, World Tourism Organization, 49 P.

- Organización Mundial Del Turismo. (2014): Panorama del turismo internacional 2014. OMT. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2015). ¿Por qué el Turismo?: El turismo: un fenómeno económico y social
- Ortega Gaona, L. E., & Vicente Naranjo, G. V. (2013). Plan de desarrollo turístico comunitario en la parroquia de Toacaso.
- Osuna Soto, M. (2013). Análisis del Turismo Comunitario en la isla de Santiago (Cabo Verde) como Fórmula de Desarrollo Endógeno.
- Otazu Javier. (2017, 11 de Marzo). Marruecos aplica en el Sahara un régimen de excepción. La provincia.
- Oxfam, I. (2004). Otros mundos. Viajes alternativos y solidarios, Barcelona, Intermón Oxfam.
- Palacios César, J. (2007). Argán, el aceite de la eterna juventud. Blog 20minutos.
- Palomo Pérez, S. (2006). El Turismo Justo y la Creación de Sistemas de Producción de Servicios Turísticos Responsables. Estudios Turísticos, 168, 7-46.
- Patrick Bergier. (2009). Où voir les oiseaux dans le Sahara Atlantique marocain. Go-South Bull. (2009), 6, 1-71. [http://go-south.org/wp-content/uploads/2014/08/go-south\\_bull\\_6\\_1-71.pdf](http://go-south.org/wp-content/uploads/2014/08/go-south_bull_6_1-71.pdf)
- Peredo, Ana M. y McLean, Murdith (2004), “Social Entrepreneurship: A Critical Review Of The Concept”, (Ponencia). III International Conference On Entrepreneurship Research In Latin America – III, ICERLA, Río De Janeiro, Brasil, Noviembre 11 -13, 2004,15 pp.
- Perkins Nicole. (2006). Rural Tourism In Morocco: Women’s Cooperative Promotes Development. Transitions Abroad Magazine, November/December 2006.
- Programme Oasis Sud – APDS /PNUD. (2008). Stratégie pour un développement durable du tourisme oasien : Expérience des oasis du Sud Maroc, Aout 2008.
- Puertas, C, I. (2007). Ecoturismo en las Reservas de la Biosfera. Granada: Universidad de Granada.
- Richards, G., & Hall, D. (2000). The Community: A Sustainable Concept In Tourism Development. Tourism And Sustainable Community Development, 7(1).
- Rivera Mateos, M. (2010). Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación.
- Rocharungsat, P. (2008), “Community-Based Tourism In Asia”, En: Moscardo, G. (Ed.), Building Community Capacity For Tourism Development. Cambridge (Mass.): CABI Publishing, 60-74.
- Romero Padilla, Y. (2011): Turismo y cooperación internacional al desarrollo. Un análisis introductorio. Ed. Rizoma Fundación.
- Rosenow, J. E. y Pulsipher, G. L. (1979). Tourism: The Good, The Bad, The Ugly. Lincoln: Century Three Press.

- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(3), 399-418.
- Salas, A. (2012). Runa Tupari: entre el turismo comunitario y la utopía. Kalpana, (7), 19-27.
- Sally, A. Louise, B. Naomi, C and Michael, P. (2010). Effective Community Based Tourism. Institute For Sustainable Futures, University Of Technology Sydney May 2010
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism And The Empowerment Of Local Communities. Tourism Management, 20(2), 245-249.
- Schindlmayr, T., Huber, B., & Zenelev, S. (2007). Inclusive Policy Processes. DESA Discussion Paper: 1–30. [http:// www. iypf. org/ Downloads/ Inclusive\\_ Policy\\_ Processes\\_ Discussion\\_ paper\\_ November\\_ 2005. doc.](http://www.iypf.org/Downloads/Inclusive_Policy_Processes_Discussion_paper_November_2005.doc)
- Secretariat General de la province de Sidi Ifni. (2015). Monographie de la province de Sidi-Ifni. Service des études, de la planification et de la coordination des programmes de province de Sidi-Ifni
- Simpson, M. C. (2008). Community Benefit Tourism Initiatives—A Conceptual Oxymoron?. Tourism Management, 29(1), 1-18.
- Société Marocaine d'Ingénierie Touristique. (2011). Propositions concernant le Contrat Programme Régional Guelmim Es-smara (CPR) 2011-2020
- Staples, L. H. (1990). Powerful Ideas About Empowerment. *Administration In Social Work*, 14(2), 29-42.
- Taylor, G. (1995) The Community Approach: Does It Really Work? *Tourism Management*, 16(7): 487–489.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' Attitudes Toward Tourism Development. *Annals Of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Trejos, B. (2009). Redes de apoyo al turismo comunitario en Costa Rica. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, (6).
- UNESCO. (2014). Conocimientos, técnicas y prácticas vinculadas al erguén.
- Ronderos, U, Maria. P. (2012). Planear en el trópico. Conocimiento y acción en la gestión de parques nacionales en Colombia: el caso del Parque Nacional Natural Amacayacu.
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (2008). Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas
- Urbaplan. Cid. Analytica International. (2009). Region Guelmim-Es-smara; Les tendances et stratégie de développement Régional
- Urbaplan, Cid, Analytica International. (2010). Schéma Régional d'Aménagement du Territoire (SRAT) de la Région Guelmim Es-smara, Identification des espaces projets, Juin 2010
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze: Leisure And Travel In Contemporary Societies*. Sage, London.

- Vega, E. G., Ahmed-Salem, F., García, P. F., & Ana, M. (2009) Una aproximación a la realidad de las mujeres saharauis. *Migraciones*. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones, (25), 69-88.
- Vogt, J.F. y Murrell, K.L. (1990) *Empowerment In Organizations*. San Diego, CA: University Associates Inc.
- Walsh, K. (1992) *The Representation Of The Past: Museums And Heritage In The Post Modern World*. Routledge, London.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2007). Twenty Years On: The State Of Contemporary Ecotourism Research. *Tourism Management*, 28(5), 1168-1179.
- WWF International (2001) "Directrices para el desarrollo del turismo comunitario". The Tourism Company, Ledbury

## WEBGRAFÍA

---

- **Agencia de desarrollo social (ads.ma)**

La Agencia de Desarrollo Social (ADS) es una institución pública dedicada a reducir la pobreza y promover el desarrollo social en Marruecos.
- **Agencia de la promoción de las provincias del sur (agencedusud.gov.ma)**

La Agencia para la promoción y el desarrollo económico y social de las provincias del sur de Marruecos tiene como misión estudiar y proponer estrategias de desarrollo.
- **Alta Comisaría de Aguas y Bosques y la Lucha contra la Desertificación (eauxetforets.gov.ma)**

Esta página, creada por el gobierno marroquí, contiene información importante relacionada con las aéreas protegidas en Marruecos.
- **Alta Comisaría de Planificación (hcp.ma)**

La Alta Comisaría es una estructura ministerial creada en septiembre de 2003, bajo la autoridad de un alto comisionado con rango ministerial con el fin de impulsar estudios, estadísticas y documentos de planificación de Marruecos.
- **Asociación Khenifiss (association-khnifiss.com)**

En esta página podemos encontrar las actividades de la asociación Red Asociación Khenifiss y datos relativos a las características del parque Nacional Khenifiss.
- **Banco Mundial (BM) (worldbank.org)**

En esta página podemos encontrar estadísticas globales de Marruecos y los proyectos financiados por este banco.
- **Centro Regional de inversión de Guelmim- Oued Noun (guelmiminvest.ma)**

Página web de la administración pública para los emprendedores donde puede encontrar información sobre el régimen de inversión en la región.
- **Proyecto de Chbika (Chbika.ma)**

Página web del proyecto de Chbika. Se pueden consultar los componentes del proyecto y la situación actual de las obras.
- **Consejo Económico Social y Ambiental (ces.ma)**

El Consejo Económico Social y Ambiental proporciona funciones de asesoramiento sobre cuestiones de carácter económico, social y medioambiental.
- **Consejo Regional de Turismo (crt-guelmim.com)**

Consejo Regional de Turismo de la región Guelmim – Es-semara (actualmente se llama Guelmim-Oued Noun). En esta página se puede encontrar datos turísticos e información sobre los recursos territoriales de la región.

- **Cultura y patrimonio de las provincias del sur de Marruecos (sahara-culture.com)**

Página web para promover la cultura y el patrimonio del Sahara.

- **Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (mdgfund.org)**

El Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (F-ODM) fue un mecanismo de cooperación internacional lanzado en el año 2007 con la noble misión de impulsar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en todo el mundo.

- **Iniciativa Nacional del desarrollo Humano (indh.gov.ma)**

Página web pública de la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano. Es una estrategia para la lucha contra la pobreza y la exclusión en Marruecos.

- **Ministerio de Turismo y Artesanía de Marruecos (tourisme.gov.ma)**

Sitio web oficial del Ministerio de Turismo de Marruecos. Proporciona información oficial de turismo.

- **Naciones Unidas (un.org/es)**

Sitio oficial de Naciones Unidas, donde publican noticias, transmisiones en directo, documentos, publicaciones, etc.

- **Observatorio de Turismo (observatoiredutourisme.ma)**

Con el objetivo de proporcionar una visión general de turismo, el Observatorio de Turismo recoge, procesa y publica toda la información pertinente sobre el sector turístico en Marruecos.

- **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (unesco.org)**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, es un organismo especializado fundado en 1945 con el objetivo de contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo mediante la educación, la ciencia, la cultura y las comunicaciones. En esta página puede encontrarse información sobre la cultura de los nómadas del Sahara y el Moussem de Tan-Tan que ha sido reconocido como patrimonio de humanidad en 2004.

- **Organización Mundial del Turismo (unwto.org)**

Es un organismo internacional creado en 1975 que tiene como propósito promover el turismo. En esta página puede encontrar estadísticas, cifras, datos sobre el turismo de todos los países...

- **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo ([undp.org/es](http://undp.org/es))**

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo promueve el desarrollo en los países del tercer mundo a través de la promoción de los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios.

- **Regionalización Avanzada ([regionalisationavancee.ma](http://regionalisationavancee.ma))**

La Comisión Consultiva de la Regionalización (CCR) fue creada en 2010 con el motivo de elaborar un modelo de regionalización avanzada capaz de soportar el amplio programa de reformas iniciado por el Estado Marroquí.

- **Sociedad Marroquí de Ingeniería de Turismo ([smit.gov.ma](http://smit.gov.ma))**

La Sociedad Marroquí de Ingeniería de Turismo tiene entre sus preocupaciones la valorización de los recursos turísticos de cada territorio turístico para propiciar su desarrollo.

- **Proyecto de SITALMAGRIB ([sitalmagrib.com](http://sitalmagrib.com))**

Página web donde encontrar informaciones y datos sobre el proyecto SITALMAGRIB, un proyecto de apoyo a la descentralización de las ciudades de sur. En el marco del programa de cooperación Transfronteriza España-Fronteras Exteriores.

- **Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza ([uicn.org](http://uicn.org))**

La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza es una organización internacional dedicada a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

## ANEXOS

---

## ANEXO. ENTREVISTAS

---

## Relación de las principales entrevistas realizadas<sup>27</sup>

Provincia	Entrevistado	Cargo	Fecha	Lugar	Tipo de entrevista
<b>Guelmim</b>	Lahsen Najem	Responsable en la agencia de desarrollo social, Guelmim	11/02/2015	Guelmim	Cara a cara
	Abdellah Braik	Director de Agencia de desarrollo social, Guelmim	11/02/2015	Guelmim	Cara a cara
	Raji Elalaoui Sidi Ahmed	Delegado regional de turismo, Guelmim	12/02/2015	Guelmim	Cara a cara
	Abdeloied Doudjane	Presidente de la asociación Qafila	12/02/2015	Guelmim	Cara a cara
	Abdelwahab Massik	Responsable en la delegación regional de turismo, Guelmim	25/01/2016	Rabat	Cara a cara
	Saliha Pascal	Dueña de la casa huéspedes Saharaoui	10/02/2015	Tighmert	Cara a cara
	Ahmed Debah	Dueño de la casa huéspedes Hassani	20/01/2016	Tighmert	Cara a cara
	Brahim Taharo	Dueño de la casa huéspedes Nomades	21/01/2016	Tighmert	Cara a cara
<b>Sidi Ifni</b>	Sliman Ben Hammouch	Jefe de la sociedad RKOUNTE TOUR	13/02/2015	Mirleft	Cara a Cara
	Houssine Askouban	Responsable en el servicio de DAEC prefectura de Sidi Ifni	13/02/2015	-	Por correo
	H. Bodrar	Responsable en el servicio de INDH Prefectura de Sidi Ifni	13/02/2015	Sidi Ifni	Cara a cara
	Zahra Sidqi	Presidenta de cooperativa de argán Tafyoucht	13/02/15	-	Telefónica
<b>Tan-Tan</b>	Mohamed Bouba	Responsable del Moussem Tan-Tan	26/01/2015	Tan-Tan	Cara a cara
	Rachid Faouzi	Responsable en el centro de inversión de Tan-Tan	25/01/2015	Tan-Tan	Cara a cara
	Mahfoud Malain	Presidente de La Asociación Ouin Madkour	9/02/2015	Tan-Tan	Cara a cara
	Salah Eddine Tablat	Encargado de hotel Biranzaran, Tan-Tan	1/02/2015	Tan-Tan	Cara a cara
<b>Tarfaya</b>	Salek Aouissa	Presidente de la asociación Red asociación Khenifiss	2/02/2015	Akhfennir	Cara a cara
	Ali Ettalbi	Responsable de la HCEFLCD, Akhfennir	2/02/2015	Akhfennir	Cara a cara
	Ayach Abdlamjid	Miembro de la cooperativa de pescadores Naila	13/05/2015	Parque Nacional Khenifiss	Cara a cara
	Sadat Mrabih rabbou	Presidente de la asociación Amigos de Tarfaya	7/02/2015	-	Telefónica
	Antonio Jiménez	Propietario de hotel Casamar, Tarfaya	3/02/2015	Tarfaya	Cara a cara
	Secretario General de la prefectura de Tarfaya	Secretario General de la prefectura de Tarfaya	3/02/2015	Tarfaya	Cara a cara
<b>Aaiún</b>	Hamid Homam	Jefe de servicio en la dirección regional de alta comisaría de planificación	25/05/2015	Aaiún	Cara a cara

<sup>27</sup> Las transcripciones que se presentan a continuación no son literales. Dadas las dificultades para transcribir las entrevistas desde el árabe al español, se ha optado por una interpretación libre y resumida del contenido de las entrevistas.

## **Transcripción libre de las entrevistas con algunos emprendedores y asociaciones/cooperativas locales**

- **Entrevista con Sliman Ben Hammouch, responsable de la sociedad Rkounte Tour, en Mirleft, el día 13/02/2015**

### **Preguntas:**

- ¿Qué es STE RKOUNTE TOUR SNC?
- ¿Cuál es la actividad de RKOUNTE TOUR?
- ¿Puede hablar usted sobre el beneficio que les ha reportado la Iniciativa Nacional de Desarrollo Humano (INDH)?
- ¿Cuál es el presupuesto global del proyecto?
- ¿Después casi dos años de trabajo, crees que el proyecto fue exitoso?
- ¿Qué crees sobre este tipo de turismo comunitario?

### **Respuestas:**

- RKOUNTE TOUR es un microempresa de carácter comunitario que se compone de siete personas, entre ellos 2 mujeres.
- La actividad de nuestra micro empresa es el turismo en el pueblo de Mirleft y su alrededor. Ofrecemos multiservicios a las turistas que llegan al pueblo, tal como la organización de salidas a los pueblos montañosos, senderismo, guía turística, hospitalidad a los turistas en las casas de las familias locales, paseo al campo encima de animales y alquiler de bicicletas y motos.
- Nuestra participación en el programa de INDH fue en 2013. La INDH colaboró con el 75% de la financiación global del proyecto. La empresa compró cinco motos y varias bicicletas, empezó trabajar desde el año 2013 con los turistas nacionales y extranjeros que llegaron a la zona. El negocio es muy rentable y es una fuente clave y estable para los ingresos a 4 familias del pueblo.
- El presupuesto general fue de 71.000,00 Dh. La iniciativa colaboró del total con 50.000,00 Dh y nosotros 21.000,00 Dh. Para comprar cinco motos.
- La verdad es que está bien pero no es suficiente. Tuvimos que ampliar nuestro trabajo y compramos motos de cuatro ruedas (Quads), porque a todos los turistas les gustan este tipo de motos.
- Para nosotros, pobres en el ámbito rural, es el tipo de turismo adecuado y digno para nosotros. Además, el turismo en la comunidad es un negocio, en el que la inteligencia y la creatividad se juntan con las ganas de ofrecer un buen servicio a los visitantes, para que queden con ganas de volver a visitarnos, se lo cuenten a sus amigos y los inviten a que nos visiten.

➤ **Entrevista telefónica con Sadat Chaibata, presidente de la asociación Amigos de Tarfaya en el día 27/01/2015**

**Preguntas:**

- ¿Cuándo se creó la asociación?
- ¿Quiénes son los miembros de la asociación?
- ¿Puedes hablar un poco sobre vuestra experiencia con el museo Antoine Saint Exupéry?
- ¿Cuáles son los esfuerzos de la asociación para fomentar la ciudad de Tarfaya y el museo?
- ¿Usted cree que estos pasos fueron exitosos?
- ¿Cuántos son los visitantes del museo?

**Respuestas:**

- La creación de la asociación fue en 2003, como reacción de los jóvenes frente a la situación de la ciudad de Tarfaya
- Somos un grupo de jóvenes tutelados y parados. Queremos cambiar la situación de aislamiento de nuestra pequeña ciudad.
- Antes del año 2004 la fundación de aerpostal francesa, organizaba el Rally Toulouse-Dakar, incluido la etapa de Tarfaya, pero la ciudad no se beneficiaba nada de este evento. Tomamos contacto con la fundación francesa para hacer algo por nuestra ciudad. La fundación nos dijo que querían abrir un museo en memoria de Antoine Saint Exupéry. Y empezamos a buscar subvenciones. Hemos hecho varios contactos y al final el ayuntamiento de Tarfaya nos dio un local. En 2004 se abrió el museo.
- Para fomentar la visita al museo de Tarfaya, la asociación contactó con dos famosos libros guías turísticos a nivel internacional: Guide du Routard y Lonely Planet, para cambiar las informaciones y la presentación de la ciudad en sus libros guías. Porque antes en Guide du Routard se hablaba sobre la ciudad en solo un párrafo y “aconsejaba a los turistas que no entrasen en la ciudad sin gasolina y comida”. También en Lonely Planet se aconsejaba “a los turistas que aquellos que no tuviesen algo importante que hacer en la ciudad de Tarfaya, mejor que no fueran”. Después de dicho contacto con estos dos responsables de los libros guías que vinieron a visitar la ciudad y contactaron con los miembros de la asociación que presentaron los recursos turísticos de la ciudad y su infraestructura, esta iniciativa cambió totalmente la actitud de los responsables de las guías y reformaron sus ideas e informaciones sobre la ciudad y cambian también su presentación en los libros guías. De un párrafo a tres páginas en Guide du Routard y a dos páginas con anexo al Aerpostal en Lonely Planet. Y ahora el 80 % de los visitantes de la ciudad vienen gracias a estos libros guías.
- Por supuesto. Porque tenemos un libro de visitante en el museo, la mayoría de los visitantes que vienen a Tarfaya, vienen al museo a través estos dos libros guías, Guide Routard y Lonely Planet.
- Unos 3.550 visitantes extranjeros.

➤ **Entrevista con Debah Ahmed, propietario de casa de huéspedes Hassani, en Tighmert (Guelmim), el día 20/01/2016**

**Preguntas:**

- ¿Hace cuando empezaste tu negocio?
- ¿Qué consejos daría para fomentar un turismo comunitario en tu zona?
- ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrenta?
- ¿Cómo combináis el turismo con el bienestar de la población local?
- ¿Qué ventajas e inconvenientes encuentras en trabajar para uno mismo?
- ¿Cuáles son las características de tu negocio?
- ¿Cuántas personas trabajan en esta casa?

**Respuestas:**

- Abrí este negocio hace nueve años, con el programa de Oasis del Sur. Me he beneficiado de este programa.
- Mi negocio tiene carácter comunitario. Es una casa de huéspedes que recoge los turistas en nuestra casa familiar. Dividimos nuestra casa en dos partes, una parte para nuestra familia y la otra parte para el negocio. Es una casa tradicional preparada para los turistas.
- Ahora mismo somos cuatro trabajadores todos son miembros de la familia. Y en la temporada alta nos añadimos tres trabajadores.
- Las ventajas más importantes para mí son la Satisfacción personal, motivación y poder de creación.
- En el oasis, a nivel de conservación al apoyar las comunidades locales en cuanto a prácticas sostenibles... Al igual con respecto al impacto ecológico que pueden tener algunas de sus costumbres al crear un impacto directo sobre el ecosistema.
- Nuestro reto principal es poner en marcha nuestros servicios a los turistas y fomentar los pequeños productores, artesanos y comercializar nuestros servicios. Sobre todo un servicio online que nace para cubrir las nuevas necesidades surgidas entre los diferentes actores del sector: por un lado las empresas e iniciativas locales, artesanos, guías turísticos y pequeños productores que ofertan actividades relacionadas con el turismo y que buscan posicionarse, darse a conocer, aumentar sus ventas...y por otro, los turistas, que quieren conocer nuevos destinos desde otro punto de vista.
- Hay en día, los viajeros de todo el mundo buscaban experiencias auténticas y locales. Por otro lado, los locales muy a menudo estaban interesados en conocer a los viajeros. Éstos son algo sensibles y susceptibles en cómo las comunidades locales presentan sus culturas. Por esta razón, el turismo con base comunitaria prepara a las comunidades locales receptoras a acoger a los visitantes en sus propios términos y condiciones y con su propio estilo de vida. Este tipo de turismo nos ha permitido apoyar a las comunidades locales económicamente y culturalmente

➤ **Entrevista por correo con Zahra Sidqi, presidenta de la cooperativa femenina de Argán Tafyoucht**

**Preguntas**

- ¿Puedes contarme como fue el proceso de creación de la cooperativa?
- ¿Ha recibido la cooperativa alguna ayuda?
- ¿Puedes especificar qué tipo de ayudas ha recibido la cooperativa?
- ¿Quién equipó el local de la cooperativa?
- ¿Hoy en día que tal va la producción de la cooperativa?

**Respuestas:**

- La cooperativa fue creada en 1º de Marzo de 1998 en la comuna rural de Mesti en la provincia de Sidi Ifni. En la fecha de la creación éramos 10 miembros, y después de un mes de la creación, ya llegábamos a un total de 30 miembros.
- Nuestro primer contacto fue en 2000 con el Ministerio de Agricultura y Pesca que nos subvencionaba técnicamente. Luego el ministerio buscó colaboradores internacionales, dentro de estos últimos contactó con la organización de Oxfam-Quebec y con la embajada de Canadá en Marruecos. Por otra parte, a nivel local la comuna rural de Mesti y la asociación Ait Baamran para el desarrollo y la cooperación.
- Este proyecto de colaboración empezó en octubre de 2000. Oxfam-Quebec ha subvencionado la cooperativa durante 24 meses y ha traído varias máquinas de corteza, tostadoras, exprimidoras, refineras. También ha informado a los miembros de la cooperativa. La subvención de la comuna de Mesti era proporcional a un local para la cooperativa.
- Esta fase de equipamiento fue gracias a un acuerdo entre la cooperativa y la Agencia de Desarrollo Social y la Unión Europea en 2004. Trajeron una máquina exprimidora para subir la producción y equipamiento para la oficina (ordenadores, cuatro sillas, armario y cámara). También hemos recibido alfombras y almohadas para mejorar las condiciones de trabajo de las mujeres, ayuda para la reforma de la sala de producción y el almacén, máquina de embalaje e impresor de tickets. La construcción de una sala de formación para las mujeres.
- La producción está aumentando poco a poco, vendemos nuestros productos a los turistas y a los comerciantes en varias ciudades.

➤ **Entrevista a Abdeloihed Doudjane, presidente de la asociación Qafila, en Guelmim, el día 12/02/2015**

**Preguntas:**

- ¿Cuál la fecha de creación de la asociación?
- ¿Quiénes componen la asociación?
- ¿Cuáles son los principales objetivos de la asociación?
- ¿Puedes señalar los proyectos que ha realizado la asociación?

**Respuestas:**

- La creación de la asociación fue en 2003 en el pueblo de Tighmert.
- Los miembros de la asociación son habitantes de la comunidad local de Tighmert (Jóvenes, mayores y mujeres)
- Las principales objetivos de nuestra asociación son:
  - El desarrollo económico y social de la comunidad de Tighmert.
  - Valorizar el patrimonio y la cultura local.
  - Conservar el medioambiente intentando un desarrollo sostenible.
  - Gestionar el área de oasis.
- Hemos realizado varios proyectos:
  - En 2005: Proyecto de realización de una guardería para los niños de entre dos y seis años en el pueblo, para promover la enseñanza en el ámbito rural. Este proyecto fue resultado de un acuerdo entre nuestra asociación y la Delegación provincial del Ministerio de Educación.
  - 2006: Un proyecto de limpieza y curación de las palmeras de oasis (tenemos 1.333 palmeras). Fue un proyecto en el marco del programa Oasis del sur, en colaboración con la Delegación provincial de Agricultura y Cámara de Agricultura de Guelmim.
  - 2006: Transporte escolar. Distribución de bicicletas en favor de los alumnos del pueblo de Tighmert. En el año escolar 2006/07 se beneficiaron 50 alumnos, en 2007/08 se benefician 23 alumnos.
  - 2007: La asociación ha recibido una visita de la asociación francesa AEIS, para el intercambio de experiencias en el desarrollo sostenible.
  - 2010: La construcción de un Hamam (SPA) ecológico en Tighmert, que funciona con placas solares. Los beneficios de este proyecto repercuten en los 3.732 habitantes del pueblo.
  - 2014: Proyecto de oasis limpio, que supuso recoger basura diariamente. Este proyecto era un acuerdo entre nuestra asociación y la comuna rural Asrir en favor de 10 pueblos.

➤ **Comunicación personal con Halima Bardid, presidenta de la cooperativa femenina Qafila, 13 de septiembre de 2012**

<https://www.youtube.com/watch?v=hY4kWO6itfI>

**Preguntas:**

- ¿Cuándo se creó vuestra cooperativa?
- ¿Puedes hablar un poco sobre los miembros de la cooperativa y la actividad de esta última?
- ¿Habéis recibido un apoyo o subvención de la administración pública?
- ¿En vuestro trabajo habéis añadido técnicas modernas de producción?
- ¿Cuáles son las características de vuestros productos?

**Respuestas:**

- La cooperativa se creó en 2009 por la asociación Qafila.
- Los miembros de la cooperativa son casi 20 mujeres del oasis de Tighmert, la cooperativa tiene como objetivos:
  - Integrar la mujer en el proceso del desarrollo de oasis
  - Garantizar una renta para las mujeres y sus familias
  - Valorización de los productos artesanales locales
- El mejor apoyo público que hemos recibido fue la construcción de un centro cívico de producción y exposición de artículos tradicionales. Se llama “Dar Lfarha”. Se compone de dos salas de producción y otra de exposición. Dar Lfarha es una oportunidad de mejorar la capacitación de los artesanos y mejorar la situación de las mujeres económica y socialmente en el ámbito rural. También nos han ayudado con la formación en diseño y en técnicas de producción.
- Hoy en día, estamos trabajando con medios de producción clásicos y también modernos. Estos últimos ofrecen ahorro de tiempo y supone menos esfuerzo físico para las mujeres.
- Nuestros productos siempre son diferentes porque son tradicionales pero con diseño moderno y tienen el estilo de nuestra cultura local, basados en el uso del pelo y piel de camello, como materia primera de producción.

➤ **Entrevista a Mahfoud Malain, presidente de la Asociación Ouin Madkour para el desarrollo social, cultural y turístico. En Tan-Tan, 09 de Febrero de 2015.**

**Preguntas:**

- ¿Puedes usted determinar las actividades de su asociación?
- ¿Puedes señalar quien son los miembros de la asociación?
- ¿Crías usted que el turismo comunitario puede ser una actividad exitosa en el oasis y su entorno?

- ¿El turismo comunitario rural, puede contribuir a que las mujeres incrementen su conciencia de género? ¿Es beneficiosa esta modalidad o es otra forma de agregarles carga laboral?
- ¿La emigración de la población local del pueblo de Tilmzoun a la ciudad de Tan-Tan afecta al turismo en el oasis?
- ¿Cuál es el reto que se marcan desde la Asociación?
- ¿Habéis realizado algún proyecto?

### **Respuestas:**

- La mayoría de los miembros de la asociación son de la población local del pueblo de Tilmzoun. Hay mujeres, hombres, jóvenes y mayores.
- Nuestra actividad es fomentar y desarrollar la cultura y el turismo en el oasis de Ouin Madkour y su alrededor desde actividades culturales como festivales y ferias y organizar viajes a favor de los estudiantes de institutos y universidades....
- Desde nuestro punto de vista, el turismo comunitario en el oasis y su entorno no solo aporta una importante alternativa económica para los habitantes locales y los motiva a proteger el ambiente, sino que también les ayuda a mantener sus tradiciones culturales como las costumbres y artesanías.
- La estabilidad de la población en la zona rural de Tilmzoun a día de hoy es compleja tal y como está planteada, ya que actualmente se da prioridad al desarrollo de zonas urbanas. El turismo rural es uno de los que más influye. Potenciar las zonas rurales como ya han hecho países como Francia, Alemania y Holanda, es una forma de mostrar no solo el “primer producto” sino otros que en muchos casos adquieren más relevancia en estos países. Esto permitiría el desarrollo de negocios y por lo tanto la fijación de población. Es complicado, mientras se sigan llevando los servicios básicos a pueblos grandes, a los pequeños se les va limitando la vida.
- Creo que el reto es sobre todo que hombres y mujeres reconozcan el valor - en todos los sentidos - del trabajo de las mujeres, cuando es remunerado y cuando no lo es, y que las mujeres encuentren espacios donde reivindicar ese valor, sin constricciones que a menudo vienen desde casa como el caso de la fabricación de Tapis de semar y las Jaimas. En este sentido, las mujeres pueden lograr “empoderarse” a través del turismo.
- Realizar una estrategia de preservación y protección del medioambiente en el oasis y su alrededor, crear actividades socioeconómicas para la población local. Diseñar y crear productos turísticos que promuevan entre los turistas que visitan el oasis, experiencias únicas en el oasis de Ouin Madkour y su alrededor primordialmente. Seguir adelante con la comercialización y promoción del turismo comunitario rural.
- Hemos realizado varios proyectos entre ellos:
  - Un proyecto con la colaboración de la Agencia del Sur en el marco del Programa de Oasis del Sur en la edición del Moussem de Tan-Tan de 2014 para equipar la Jaima principal del este evento turístico con nuestros tapices.
  - La organización del festival Ouin Madkour para fomentar y comercializar la zona del oasis y el pueblo de Tilmzoun.
  - Organizar cada año salidas para los alumnos de colegios e institutos.

- Actualmente estamos negociando con la Agencia del Sur para que nos apoye en la construcción de un Alberge en el oasis de Ouin Madkour.

➤ **Entrevista con Salek Aouissa, presidente de Red Asociación Khenifiss. En Akhfennir, el 2 de Febrero del 2015**

**Preguntas:**

- ¿Qué es la Red Asociación Khenifiss (Reseau Association Khenifiss)?
- ¿Quiénes son los miembros de la asociación?
- ¿En qué proyectos ha participado la asociación?
- ¿Cuáles son los objetivos de la asociación?
- ¿Qué ha hecho la asociación en el alrededor del Parque Nacional Khenifiss?

**Respuestas:**

- Es una asociación situada en el pueblo de Akhfennir, creada en 2001, con el objetivo de salvar a la fauna y la flora y lograr beneficios económicos para la población local en el Parque Nacional Khenifiss (PNK) a través del turismo y el uso sostenible de los recursos naturales disponibles. Generar ingresos para la comunidad local desde el turismo y otras actividades culturales de la población local y brindar educación ambiental a la zona y al público en general.
- Los miembros son un grupo de personas de la comunidad local de Akhfennir, somos 24 personas, nuestras edades entre 25 y 45 años.
- La asociación tiene como objetivo lograr varias actividades en el ambiente del parque nacional Khenifiss, tales como actividades de sensibilización, información, comunicación y formación de la población del parque.
- Hemos participado en varios proyectos, puedo mencionar:
  - Proyecto de Gestión de Áreas Protegidas, financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial y el Gobierno de Marruecos. Este proyecto pretendía la creación de red nacional de áreas protegidas en Marruecos para mejorar la conservación de los ecosistemas y especies de interés global; fortalecer las capacidades institucionales de Marruecos sobre la gestión sostenible y de la conservación de las áreas protegidas y promover el desarrollo económico y social en y alrededor de las áreas protegidas.
- Hemos realizado varios proyectos, entre ellos:
  - Creación un alberge eco-turístico: de cuatro habitaciones funcionan con energía solar en el pueblo de Akhfennir
  - Un eco-museo ecológico y un centro de recepción e información al beneficio de los visitantes, los turistas amantes de la naturaleza y los adeptos de turismo ecológico.
  - Creación de la cooperativa de pescadores en laguna de Naila en 2006, para que pueden los pescadores gestionan la actividad turística en el parque Nacional Khenifiss.

➤ **Entrevista con Abdlmajid Ayach, miembro de la cooperativa Naila. En el Parque Nacional Khenifiss, el 13 de Mayo de 2015**

**Preguntas:**

- ¿Cómo se creó la cooperativa?
- ¿Quién son los miembros de la cooperativa?
- ¿Cuál es el objetivo de la cooperativa?
- ¿Cuántas familias han beneficiado de este proyecto?
- ¿Habéis recibido alguna ayuda o subvención?
- ¿Usted cree que este proyecto es exitoso?

**Respuestas:**

- La creación de la cooperativa fue una idea de la Red Asociación Khenifiss en 2006 para gestionar y conservar el área del Parque Nacional Khenifiss. La cooperativa de pescadores de Naila se compone de 11 barcos de tamaño pequeño para ofrecer servicios eco-turísticos, como paseos en barcos dentro de la laguna y actividades de observación de aves.
- Los miembros de la cooperativa son los pescadores del pueblo de Akhfennir y su alrededor. Las personas involucradas en el proyecto provienen de la población seminómada del lugar y de los colectivos nómadas que se han instalado alrededor de la comuna rural de Akhfennir. Casi 30 jóvenes y más de 50 familias se benefician del proyecto.
- El principal objetivo de la cooperativa es la organización de la actividad turística y pesquera de los jóvenes que trabajan en el parque y su alrededor. Para que permitan a estos jóvenes generar riqueza basada en estas dos actividades, considerando la misma siempre como complementaria, basada fundamentalmente en las tareas pesqueras.
- Hemos recibidos varias subvenciones:
  - Mejora de los barcos de pescadores
  - Compra de motores nuevos
  - Construcción una pequeña puente flotante
  - Formación a los miembros en el ámbito del medio ambiente
- Sí, este proyecto es muy exitoso pero no suficiente, necesitamos más iniciativas para seguir trabajando. Este proyecto permite la diversificación económica de las familias en el área y, por tanto, la búsqueda de fuentes económicas alternativas o complementarias. Los ingresos aumentan y mejoran el nivel de vida de la población local y ayudan a la cohesión social de la zona.
- Al menos 50 familias del pueblo de Akhfennir se benefician de una manera directa o indirecta de las actividades eco-turísticas llevadas a cabo en el marco del proyecto. Se han establecido vínculos entre los tomadores de decisiones locales y las comunidades locales para integrar los principios del ecoturismo comunitario en su estrategia local.

## ANEXO. ENCUESTAS

---

## Encuesta de Académicos



Fecha:

Hora:

Código:

### Estimado compañero/a:

En el Grupo de Investigación de “Sociedades y Espacios Atlánticos” de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España) estamos realizando un proyecto de investigación sobre el turismo comunitario eco-cultural como modelo para el desarrollo territorial en las provincias de Marruecos (Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi Ifni). Con este fin, es de gran valor para nosotros conocer su opinión. Le agradecemos que dedique unos minutos a contestar este cuestionario. Toda la información que nos envíe es confidencial y será tratada de forma agregada con el resto de cuestionarios que recibamos.

**Muchas gracias por su colaboración**

### Datos personales

#### 1. Nacionalidad

--

#### 2. Ciudad de residencia

--

#### 3. Lugar de trabajo (señale con X)

Universidad	
Centro de investigación público	
Centro de investigación privado	
Otros	

#### 4. Conocimiento del área de estudio (Marque con una X)

¿Conoce alguna o todas las provincias de Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi-Ifni?	No	Un poco	Bastante	Mucho
¿Ha visitado alguna de las provincias de Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi-Ifni en los últimos diez años?	No	Un poco	Bastante	Mucho
¿Ha participado en algún proyecto de su universidad o centro de trabajo que se haya realizado total o parcialmente en Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi-Ifni?	No	Un poco	Bastante	Mucho
¿Ha participado en algún proyecto turístico de su universidad o centro de trabajo que se haya realizado total o parcialmente en Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi-Ifni?	No	Un poco	Bastante	Mucho

### Bloque I. Recursos y potencialidad de la zona

**1. A su juicio, ¿cuáles son los principales recursos territoriales de uso turístico en la zona? Marque con una X la opción deseada.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Totalmente en	Algo en	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de

desacuerdo	desacuerdo			acuerdo		
Parques Naturales		1	2	3	4	5
Playas		1	2	3	4	5
Oasis y dunas		1	2	3	4	5
Paisaje		1	2	3	4	5
Cultura y tradiciones		1	2	3	4	5
Patrimonio		1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)						

**2. ¿Qué tipo de turismo es el más adecuado para la zona según su criterio? Marque con una X la opción deseada.**

1	2	3	4	5		
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo		
Turismo sol y playa		1	2	3	4	5
Turismo cultural		1	2	3	4	5
Turismo de aventura		1	2	3	4	5
Turismo ecológico		1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)						

## Bloque II. Turismo comunitario eco-cultural en la zona

A continuación le pedimos que responda a algunas preguntas relacionadas con la posibilidad de desarrollar un modelo de turismo comunitario eco-cultural en la zona de estudio.

En nuestro estudio consideramos que el turismo comunitario es aquella nueva forma de turismo que tiene por finalidad respetar y conservar la naturaleza y la identidad local y mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de la creación de productos turísticos en los que la comunidad local tiene un rol activo.

**1. En relación con la zona de estudio (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

¿El turismo comunitario eco-cultural puede ser una alternativa estratégica para el desarrollo socioeconómico?	1	2	3	4	5
¿El turismo comunitario eco-cultural puede aportar algún valor añadido en términos de desarrollo territorial?	1	2	3	4	5
¿El turismo comunitario eco-cultural promueve una nueva cultura del territorio?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo que se adapta a las características territoriales y sociales de la zona?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo respetuoso con la identidad local?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo que ayuda en la mejora de las condiciones de vida de la población local?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo que convierte a la población local en protagonista?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo ético que equilibra desarrollo turístico y desarrollo social?	1	2	3	4	5
¿Es un modelo que no requiere mucha inversión?	1	2	3	4	5

**2. A su juicio, ¿cuáles son los posibles impactos que el desarrollo de un modelo turístico comunitario eco-cultural puede generar en la zona? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Revalorización inmobiliaria	1	2	3	4	5
Incremento de la construcción	1	2	3	4	5
Afección sobre espacios naturales y/o especies protegidas	1	2	3	4	5
Afección sobre el patrimonio edificado	1	2	3	4	5
Afección sobre el patrimonio cultural intangible (tradiciones, creencias, costumbres, fiestas, literatura, música...)	1	2	3	4	5
Inmigración en la zona	1	2	3	4	5
Crecimiento del empleo	1	2	3	4	5
Mejora de la renta de la población local	1	2	3	4	5
Incremento en la distribución de la renta local	1	2	3	4	5
Incremento en los niveles educativos	1	2	3	4	5
Mejora de los servicios públicos sociales y sanitarios	1	2	3	4	5

Cambio en la mentalidad de la población local	1	2	3	4	5
Incremento de la competencia por el agua	1	2	3	4	5
Estímulo de la actividad agraria y comercial	1	2	3	4	5
Incremento de los precios	1	2	3	4	5
Atracción de la inversión exterior	1	2	3	4	5

**3. ¿Cuáles son las principales dificultades para el desarrollo de proyectos comunitarios eco-culturales en la zona? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

El desconocimiento de los modelos sociales de desarrollo turístico	1	2	3	4	5
La falta de implicación de la administración local	1	2	3	4	5
La falta de apoyo público	1	2	3	4	5
Una actitud negativa de la población	1	2	3	4	5
La falta de formación de la población	1	2	3	4	5
La falta de recursos financieros	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de las infraestructuras de transporte	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de los servicios sociales	1	2	3	4	5
La falta de infraestructura turística	1	2	3	4	5
Los obstáculos burocráticos	1	2	3	4	5
La promoción y comercialización	1	2	3	4	5
La falta de compromiso de los principales actores locales	1	2	3	4	5
El conflicto político del Sahara Occidental	1	2	3	4	5
La falta de una planificación territorial más participativa	1	2	3	4	5
La experiencia en el desarrollo de planes locales estratégicos	1	2	3	4	5

La falta de cultura empresarial de la población	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

**4. ¿Conoce a alguna Organización que esté llevando a cabo algún proyecto de turismo comunitario en la zona? ¿Podría especificar el nombre?**

--

**5. En relación con la zona de estudio (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

¿La estrategia “Visión 2020” para el turismo en Marruecos apoya el modelo comunitario eco-cultural?	1	2	3	4	5
¿Los planes de ordenación territorial en Marruecos (SNAT, SRAT, SDAU) ayudan a desarrollar este modelo turístico?	1	2	3	4	5
¿El Plan Marruecos Verde y la estrategia de desarrollo artesanal apoyan el modelo comunitario eco-cultural?	1	2	3	4	5
¿La estrategia energética marroquí favorece el modelo comunitario eco-cultural?	1	2	3	4	5
¿El programa turístico AZUR de creación de grandes resorts favorece el modelo comunitario eco-cultural?	1	2	3	4	5
¿El programa estratégico pesquero HALIEUTIS favorece el modelo comunitario eco-cultural?	1	2	3	4	5

**6. ¿Qué acciones prioritarias se pueden llevar a cabo para desarrollar un modelo turístico comunitario eco-cultural en la zona?**

--

**7. ¿Cómo ve usted el futuro de un modelo turístico comunitario eco-cultural en la zona de estudio?**

--

### Bloque III. Colaboración Canarias-Marruecos

El desarrollo del turismo comunitario puede verse beneficiado de la cooperación internacional. Por su cercanía geográfica, Canarias y Marruecos ofrecen oportunidades para la cooperación y el intercambio. En este sentido, la experiencia turística de Canarias puede ser un referente de las iniciativas que se emprendan en el sur de Marruecos. Como entidades de referencia en los estudios de turismo, las universidades canarias y marroquíes pueden impulsar un marco estable de colaboración. A partir de este contexto, le pedimos que responda las siguientes cuestiones.

**1. Según su opinión, ¿en qué ámbitos podría ser viable la realización de proyectos turísticos que afecten a la zona de estudio y que impliquen la colaboración de agentes marroquíes y canarios? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Turismo sol y playa	1	2	3	4	5
Turismo cultural	1	2	3	4	5
Turismo de aventura	1	2	3	4	5
Turismo ecológico	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

**2. ¿Podría especificar alguna iniciativa que esté intentado crear un producto turístico que afecte a la zona de estudio y que signifique la colaboración de agentes marroquíes y canarios?**

--

**3. ¿Cuáles son las principales dificultades que existen para la colaboración canario-marroquí en el desarrollo de proyectos turísticos que pudieran afectar a la zona de estudio? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

La falta de infraestructura de transporte	1	2	3	4	5
Los servicios públicos	1	2	3	4	5
La falta de cultura turística	1	2	3	4	5
La seguridad	1	2	3	4	5
La burocracia	1	2	3	4	5
El escaso apoyo de la administración marroquí	1	2	3	4	5
El escaso apoyo de la administración española	1	2	3	4	5
El idioma	1	2	3	4	5
La falta de cualificación de los trabajadores	1	2	3	4	5
La falta de cualificación de los cuadros directivos	1	2	3	4	5
La falta de inversores	1	2	3	4	5
El interés prioritario de la inversión española en formas turísticas masivas de sol y playa	1	2	3	4	5

Las dificultades para acceder a la financiación externa	1	2	3	4	5
Las dificultades para crear proyectos viables	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

**4. ¿Podría mencionar la/s actividad/es de empresas españolas que estén trabajando en el sector turístico de la zona?**

--

**5. ¿Podría mencionar la/s actividad/es de empresas españolas que están interesadas en invertir en el desarrollo turístico de la zona?**

--

**6. ¿Cómo ve usted el futuro de la colaboración turística canario-marroquí?**

--

### Bloque IV. Colaboración Universitaria

**1. Por favor, marque con una X la opción deseada en cada pregunta.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

¿Cree usted que está creciendo la colaboración en I+D+i entre las universidades marroquíes y españolas?	1	2	3	4	5
¿Cree usted que está creciendo la colaboración en I+D+i entre las universidades de Las Palmas GC e Ibn Zohr de Agadir?	1	2	3	4	5
3. ¿Cree que la colaboración en el ámbito del turismo entre las universidades de Las Palmas GC e Ibn Zohr de Agadir es prioritaria para ambas universidades?	1	2	3	4	5
¿Cree que la colaboración en el ámbito del turismo entre las universidades de Las Palmas GC e Ibn Zohr de Agadir es necesaria para el desarrollo turístico de la zona?	1	2	3	4	5
¿Cree que está aumentado la publicación de resultados de investigación (monografías, informes, artículos en revistas especializadas, proceedings...) como consecuencia de la colaboración en I+D+I en el ámbito del turismo entre las universidades de Las Palmas GC e Ibn Zohr de Agadir?	1	2	3	4	5

**2. ¿Cuáles son las principales dificultades para la colaboración en el desarrollo de la investigación en el área de turismo entre las universidades de Las Palmas GC e Ibn Zohr de Agadir? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Poca relación entre investigadores	1	2	3	4	5
Escasos estudios previos en el ámbito de turismo	1	2	3	4	5
Falta de recursos documentales	1	2	3	4	5
Falta de ayudas públicas y privadas	1	2	3	4	5
Falta de apoyo institucional	1	2	3	4	5
Falta de interés por el tema	1	2	3	4	5
Obstáculos lingüísticos	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

**3. ¿Cómo cree usted que se pueden superar estas dificultades?**

**4. ¿Cómo ve usted el futuro de la colaboración universitaria canario-marroquí en el ámbito turístico? Y en concreto ¿Qué papel podría desempeñar la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria en el desarrollo del turismo eco-cultural en la zona?**

Le agradecemos su colaboración. Si desea disponer de los resultados del estudio escriba a continuación su correo electrónico. Muchas gracias.

A efectos de lo previsto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa que sus datos personales se incorporarán a un fichero de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Usted tiene derecho al acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos previstos en la Ley, que podrá ejercitar por escrito dirigido al *coordinador del Grupo Sociedades y Espacio Atlánticos*, responsable del fichero ([direccion.dgeo@ulpgc.es](mailto:direccion.dgeo@ulpgc.es))

**Fecha:**

**Hora:**

**Código:**

**Estimado compañero/a:**

El Grupo de Investigación de “*Sociedades y Espacios Atlánticos*” de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España) estamos realizando un proyecto de investigación sobre el turismo *comunitario Eco-cultural* como modelo para el desarrollo territorial en las provincias de Marruecos (*Tarfaya, Tan-tan, Guelmim y Sidi Ifni*). Con este fin, es de gran valor para nosotros conocer su opinión. Le agradecemos que dedique unos minutos a contestar este cuestionario. Toda la información que nos envíe es confidencial y será tratada de forma agregada con el resto de cuestionarios que recibamos.

Muchas gracias por su colaboración

## Datos personales

**Sexo:**

- M
- F

**Edad:**

- De 16 a 26 años
- De 27 a 37
- De 38 a 48
- De 49 a 59
- Más de 60

**Localidad:**

**Provincia:**

**Sector de trabajo:**

- Administración pública
- Organización no gubernamental
- Organización de sociedad civil

## Bloque I: El Turismo Eco-cultural en las provincias de Guelmim, Tarfaya, Sidi Ifni y Tan-Tan

A continuación le pedimos que responda a algunas preguntas relacionadas con la posibilidad de desarrollar un modelo de turismo comunitario Eco-cultural en la zona de estudio.

En nuestro estudio consideramos que el turismo comunitario es aquella nueva forma de turismo que tiene por finalidad respetar y conservar la naturaleza y la identidad local y mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de la creación de productos turísticos en los que la comunidad local tiene un rol activo.

**1. ¿Cuáles son los motivos que tendría el turista para visitar la zona de estudio? Marque con una X la opción deseada.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Actividades deportivas				
Cultura y patrimonio				
Conocer las tradiciones				
Gastronomía				
Visitar espacios naturales				
Negocio				
Visita de familiares y amigos				
Descanso				
Sol y playa				
Estancias temporales (pasajeros de paso)				
Contacto con elementos exóticos				
Otros (especificar cuáles)				

**2. A su juicio, ¿cuáles son los principales recursos territoriales de uso turístico en la zona? Marque con una X la opción deseada.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Parques Naturales	1	2	3	4	5
Playas	1	2	3	4	5
Oasis y dunas	1	2	3	4	5
Paisaje	1	2	3	4	5
Cultura y tradiciones	1	2	3	4	5
Patrimonio	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

**3. ¿Qué tipo de turismo es el más adecuado para la zona según su criterio? Marque con una X la opción deseada.**

1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Turismo sol y playa	1	2	3	4	5
Turismo cultural	1	2	3	4	5
Turismo de aventura	1	2	3	4	5
Turismo ecológico	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

**4. ¿Cree usted que las siguientes estrategias y planes nacionales apoyan el turismo comunitario Eco-cultural en la zona de estudio?**

1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo	
La estrategia turística " <i>Visión 2020</i> "	1	2	3	4	5
Estrategia <b>RAWAJ</b> para el desarrollo del comercio y de la distribución de Comercio y de Nuevas Tecnologías	1	2	3	4	5
La estrategia <b>Marruecos Verde</b> y la estrategia de <b>desarrollo artesanal</b>	1	2	3	4	5
La estrategia energética marroquí	1	2	3	4	5
El programa turístico <b>AZUR</b> de creación de grandes resorts	1	2	3	4	5

El programa estratégico pesquero <i>HALIEUTIS</i>	1	2	3	4	5
La Iniciativa Nacional para el desarrollo Humana ( <i>INDH</i> )	1	2	3	4	5
El programa de <i>E-GOBIERNO</i> para modernizar la Administración y las Colectividades Locales	1	2	3	4	5
La nueva reforma de <i>las leyes orgánicas de las colectividades territoriales</i> (colectividades locales urbanas y rurales, provincias y protectoras, regiones)	1	2	3	4	5
La <i>regionalización avanzada</i>	1	2	3	4	5
La nueva <i>división regional en 12 regiones</i>	1	2	3	4	5
Los planes de ordenación territorial en Marruecos ( <i>SNAT, SRAT, SDAU, PCD</i> )	1	2	3	4	5

**5. ¿Cree usted que las estrategias y planes sectoriales locales pueden apoyar el turismo comunitario Eco-cultural en la zona?**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

El programa <i>Oasis Sur</i>	1	2	3	4	5
El proyecto " <i>TAKWIYA</i> " para apoyar y formar las asociaciones locales	1	2	3	4	5
La estrategia regional de <i>desarrollo artesanal</i>	1	2	3	4	5
El Plan regional <i>agrícola</i>	1	2	3	4	5
Los Programas públicas de apoyo turístico " <i>RENOVOTEL 3</i> " y " <i>MOUSSANADA SIYAHA</i> "	1	2	3	4	5

**Bloque II: Los obstáculos y las perspectivas del turismo comunitario Eco-cultural en la zona de estudio**

**6. ¿Cuáles son las principales dificultades para el desarrollo de proyectos comunitarios Eco-culturales en la zona? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

El desconocimiento de los modelos sociales de desarrollo turístico	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

La falta de implicación de la administración local	1	2	3	4	5
La falta de apoyo público	1	2	3	4	5
Una actitud negativa de la población	1	2	3	4	5
La falta de formación de la población	1	2	3	4	5
La falta de recursos financieros	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de las infraestructuras de transporte	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de los servicios sociales	1	2	3	4	5
La falta de infraestructura turística	1	2	3	4	5
Los obstáculos burocráticos	1	2	3	4	5
La promoción y comercialización	1	2	3	4	5
La falta de compromiso de los principales actores locales	1	2	3	4	5
El conflicto político del Sahara Occidental	1	2	3	4	5
La falta de una planificación territorial más participativa	1	2	3	4	5
La experiencia en el desarrollo de planes locales estratégicos	1	2	3	4	5
La falta de cultura empresarial de la población	1	2	3	4	5

**7. A su juicio, ¿cuáles son los posibles impactos que el desarrollo de un modelo turístico comunitario Eco-cultural puede generar en la zona? (Marque con una X)**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Revalorización inmobiliaria	1	2	3	4	5
Incremento de la construcción	1	2	3	4	5
Afección sobre espacios naturales y/o especies protegidas	1	2	3	4	5
Afección sobre el patrimonio edificado	1	2	3	4	5
Afección sobre el patrimonio cultural intangible (tradiciones, creencias, costumbres, fiestas, literatura, música...)	1	2	3	4	5

Inmigración en la zona	1	2	3	4	5
Crecimiento del empleo	1	2	3	4	5
Mejora de la renta de la población local	1	2	3	4	5
Incremento en la distribución de la renta local	1	2	3	4	5
Incremento en los niveles educativos	1	2	3	4	5
Mejora de los servicios públicos sociales y sanitarios	1	2	3	4	5
Cambio en la mentalidad de la población local	1	2	3	4	5
Incremento de la competencia por el agua	1	2	3	4	5
Estímulo de la actividad agraria y comercial	1	2	3	4	5
Incremento de los precios	1	2	3	4	5
Atracción de la inversión exterior	1	2	3	4	5

### Bloque III: El enfoque participativo

El papel de las instituciones locales, los ONG y los OSC en el turismo comunitario Eco-cultural en la zona

#### 8. Conteste las siguientes cuestiones:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

¿Está de acuerdo con la política turística del gobierno de Marruecos en la zona?	1	2	3	4	5
¿Está de acuerdo con la gestión turística de las autoridades locales en la zona?	1	2	3	4	5
¿Está de acuerdo con el trabajo de los ONG y OSC en el ámbito turístico en la zona?	1	2	3	4	5
¿Cree que la población de la zona está de acuerdo con el desarrollo turístico actual?	1	2	3	4	5
¿Cree que la población de la zona está de acuerdo con un mayor desarrollo turístico en el futuro?	1	2	3	4	5
¿Está de acuerdo con los proyectos eco-culturales que se están desarrollando en la zona?	1	2	3	4	5

**9. ¿Cómo se puede desarrollar un enfoque participativo exitoso en el ámbito del turismo Eco-cultural?**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Fomentar el trabajo participativo entre todos los componentes y agentes de la sociedad	1	2	3	4	5
Fomentar el enfoque de desarrollo “de abajo hacia arriba”	1	2	3	4	5
Apoyar las iniciativas de asociaciones en el ámbito Eco-cultural	1	2	3	4	5
Fomentar la participación de la población local	1	2	3	4	5
Fomentar la participación de mujeres y jóvenes	1	2	3	4	5
Favorecer la colaboración con asociaciones y ONG de otros países	1	2	3	4	5
Incrementar la colaboración público-privada	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)	1	2	3	4	5

**10. ¿A su juicio, cuáles son las instituciones u organizaciones apoyan más claramente el turismo eco-cultural en la zona?**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Las instituciones gubernamentales	1	2	3	4	5
Las colectividades locales	1	2	3	4	5
Las organizaciones no gubernamentales	1	2	3	4	5
Las organizaciones de la sociedad civil	1	2	3	4	5
El sector privado	1	2	3	4	5

**11. ¿Su institución u organización tiene algún plan o estrategia turística en la zona?**

- Si  
 No

En el caso de si, ¿podría especificar la estrategia o plan?

<i>Plan o Estrategia</i>	<i>Observaciones</i>


**12. ¿Ha Participado su institución u organización alguna vez en proyecto/s de turismo comunitario en la zona?**

- Si  
 No

**En el caso de si, ¿podría especificar algún/os proyecto/s?**

<i>Proyecto</i>	<i>Observaciones</i>

**13. Si recibe o ha recibido ayudas públicas para desarrollar alguna actividad o proyecto turístico en la zona, ¿podría señalar el tipo de ayuda?**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Formación	1	2	3	4	5
Comercialización	1	2	3	4	5
Financiera	1	2	3	4	5
Subvención	1	2	3	4	5
Equipamiento y/o suelo	1	2	3	4	5
Infraestructuras	1	2	3	4	5
Otros (especificar)	1	2	3	4	5
No ha recibido ayudas	1	2	3	4	5

**14. ¿Cómo se puede desarrollar un modelo turístico Eco-cultural en la zona?**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Planificar una estrategia clara de turismo Eco-cultural para toda la zona	1	2	3	4	5
Apoyar los proyectos del turismo Eco-cultural en la zona	1	2	3	4	5
Crear empresas comunitarias especialistas en este modelo turístico	1	2	3	4	5
Llevar a cabo acciones de mejora del patrimonio y de los espacios naturales	1	2	3	4	5
Crear centros de información turística en la zona	1	2	3	4	5
Favorecer prácticas de gestión territorial coherentes con este modelo turístico	1	2	3	4	5
Desarrollar estrategias de marketing claras	1	2	3	4	5
Valorización de productos eco-culturales	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)	1	2	3	4	5

Le agradecemos su colaboración. Si desea disponer de los resultados del estudio escriba a continuación su correo electrónico. Muchas gracias.

*A efectos de lo previsto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa que sus datos personales se incorporarán a un fichero de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Usted tiene derecho al acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos previstos en la Ley, que podrá ejercitar por escrito dirigido al coordinador del Grupo Sociedades y Espacio Atlánticos, responsable del fichero (direccion.dgeo@ulpgc.es)*

## Encuesta de Emprendedores

Fecha:

Hora:

Código:

En el Grupo de Investigación de “**Sociedades y Espacios Atlánticos**” de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España) estamos realizando un proyecto de investigación sobre **el turismo comunitario eco-cultural** como modelo para el desarrollo territorial en las provincias de Marruecos (*Tarfaya, Tantan, Guelmim y Sidi Ifni*). Con este fin, es de gran valor para nosotros conocer su opinión. Le agradecemos que dedique unos minutos a contestar este cuestionario. Toda la información que nos envíe es confidencial y será tratada de forma agregada con el resto de cuestionarios que recibamos.

*Muchas gracias por su colaboración*

### Datos personales:

**Sexo:** M  F

**Edad:**

- De 16 a 26 años
- De 27 a 37
- De 38 a 48
- De 49 a 59
- Más de 60

**Nacionalidad:**

**Actividad del negocio:**

- Alojamiento
- Agencia de viaje
- Restauración
- Guía turística
- Otro (especifique):

**Localidad de la empresa:**

**El cargo en la empresa:**

**Años que lleva vinculado con la actividad turística:**

**Años que lleva vinculado con su actual ocupación:**

**Número aproximado de trabajadores de su empresa:**

## Bloque I: demanda

En nuestro estudio consideramos que el turismo Eco-cultural es aquella nueva forma de turismo que tiene por finalidad respetar y conservar la naturaleza y la identidad local y mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de la creación de productos turísticos en los que la comunidad local tiene un rol activo. Desde nuestro punto de vista este modelo de turismo no se puede lograr sin el apoyo de los empresarios locales y sobre todo las microempresas y las pequeñas y medianas empresas. Esta encuesta pretende analizar la presencia del modelo Eco-cultural en la actividad de las empresas de la zona.

**1. ¿Cuáles son las motivaciones por las que sus clientes visitan la zona? Escoja más de una opción si es necesario.**

	Marroquíes residentes en Marruecos	Marroquíes residentes en el extranjero	Extranjeros
Actividades deportivas			
Cultura y patrimonio			
Conocer las tradiciones			
Gastronomía			
Visitar espacios naturales			
Negocio			
Visita de familiares y amigos			
Descanso			
Sol y playa			
Estancias temporales (pasajeros de paso)			
Contacto con elementos exóticos			
Otros (especifique)			

**2. ¿Podría indicar las principales nacionalidades de sus clientes que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales? Escoja más de una opción si es necesario.**

Alemania	Países Árabes	
España	Marruecos (residentes en Marruecos)	
Francia	Marruecos (residentes en el extranjero)	
Reino Unido	Otros (Especifique)	

**3. ¿Podría indicar la edad más frecuente de sus clientes que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales? Escoja más de una opción si es necesario.**

	0-17	18-30	31-45	45-65	>65
Marroquíes residentes en Marruecos					
Marroquíes procedentes del extranjero					
Extranjeros					

**4. ¿Podría indicar cuanto tiempo suelen permanecer sus clientes a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales? Escoja más de una opción si es necesario.**

	1 día	2 a 3 días	De 4 a 7 días	Más de 7 días
Marroquíes residentes en Marruecos				
Marroquíes procedentes del extranjero				
Extranjeros				

5. ¿Podría indicar qué porcentaje de sus clientes que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales suelen repetir sus vacaciones en la zona? Escoja más de una opción si es necesario.

	>25%	25-50%	50-75%	>75%
Marroquíes residentes en Marruecos				
Marroquíes procedentes del extranjero				
Extranjeros				

6. ¿Podría indicar qué característica de las siguientes se relaciona mejor con sus clientes que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales? Escoja más de una opción si es necesario.

	Marroquíes residentes en Marruecos	Marroquíes residentes en el extranjero	Extranjeros
Personas solas			
Amigos			
Parejas			
Parejas con niños			
Grupos de familias			
Otros (especifique)			

7. ¿Podría indicar en qué estación llegan sus clientes a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales? Escoja más de una opción si es necesario.

	Primavera	Verano	Otoño	Invierno	Todo el año
Marroquíes residentes en Marruecos					
Marroquíes procedentes del extranjero					
Extranjeros					

8. ¿Podría indicar que actividades suelen realizar los turistas que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales?

--

9. ¿Podría indicar que lugares suelen visitar los turistas que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales?

--

## Bloque II: la situación de negocio

10. ¿Cómo valora los siguientes aspectos en relación con su empresa? Escoja una opción.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Formación de sus trabajadores	1	2	3	4	5
Infraestructura y equipamientos	1	2	3	4	5
Gestión interna	1	2	3	4	5
Marketing y comercialización	1	2	3	4	5
Utilización de Tecnologías de la Información y Comunicación	1	2	3	4	5

11. ¿Cuáles son los principales problemas de su actividad? Escoja una opción.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Rentabilidad	1	2	3	4	5
Dificultades para acceder a financiación externa	1	2	3	4	5
Dificultades para encontrar trabajadores cualificados	1	2	3	4	5
Organización interna	1	2	3	4	5
Difusión y comercialización del producto	1	2	3	4	5

**12. ¿Recibe o ha recibido ayudas públicas para desarrollar su actividad? Escoja una opción.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Formación	1	2	3	4	5
Comercialización	1	2	3	4	5
Financiera	1	2	3	4	5
Subvención	1	2	3	4	5
Materiales y/o suelo	1	2	3	4	5
Infraestructuras	1	2	3	4	5
Otros (especificar)	1	2	3	4	5

**13. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer y/o comercializar el negocio en el que usted desempeña su actividad? Escoja una opción.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anuncios en televisión, radio, prensa escrita, revistas o paneles urbanos	1	2	3	4	5
Anuncios en internet	1	2	3	4	5
Página web propia	1	2	3	4	5
Correos electrónicos / SMS	1	2	3	4	5
Redes Sociales (Facebook, Twitter, Blogs)	1	2	3	4	5
Técnicas de optimización en redes sociales como (SMO)	1	2	3	4	5
Ferias Turísticas	1	2	3	4	5
Material impreso (folletos)	1	2	3	4	5
No utiliza ningún medio actualmente	1	2	3	4	5

**14. Señale su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones en relación con los clientes que llegan a la zona con el propósito de conocer el patrimonio, la cultura y los espacios naturales. Escoja una opción.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Suelen organizar ellos mismos sus vacaciones	1	2	3	4	5
Suelen contactar con usted a través de web o e-mail	1	2	3	4	5
Pasan por la zona dentro de unas vacaciones itinerantes	1	2	3	4	5
Contratan sus vacaciones a través de un Tour-operador o una Agencia Especializada	1	2	3	4	5

Contratan sus vacaciones a través de la Web de su empresa	1	2	3	4	5
Contratan sus vacaciones a través de una Central de Reservas	1	2	3	4	5
Contratan sus vacaciones a través de un sistema GDS (Global Distribution Systems) Como Amadeus, Sabre, Galileo...	1	2	3	4	5
Contratan sus vacaciones a través de Agencias Online	1	2	3	4	5
Contratan sus vacaciones a través de Infomediarios o Metamediarios	1	2	3	4	5

### Bloque III: el turismo Eco-cultura en la zona

15. A su juicio, ¿cuáles son los principales recursos territoriales de uso turístico en la zona? Escoja una opción.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Parques Naturales	1	2	3	4	5
Playas	1	2	3	4	5
Oasis y dunas	1	2	3	4	5
Paisaje	1	2	3	4	5
Cultura y tradiciones	1	2	3	4	5
Patrimonio	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

16. ¿Qué tipo de turismo es el más adecuado para la zona según su criterio? Escoja una opción.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Turismo sol y playa	1	2	3	4	5
Turismo cultural	1	2	3	4	5
Turismo de aventura	1	2	3	4	5
Turismo ecológico	1	2	3	4	5
Otros (especificar cuáles)					

17. ¿Cuáles son las principales dificultades para el desarrollo de proyectos eco-culturales en la zona? Escoja una opción.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

El desconocimiento de los modelos sociales de desarrollo turístico	1	2	3	4	5
La falta de implicación de la administración local	1	2	3	4	5
La falta de apoyo público	1	2	3	4	5
Una actitud negativa de la población	1	2	3	4	5
La falta de formación de la población	1	2	3	4	5
La falta de recursos financieros	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de las infraestructuras de transporte	1	2	3	4	5
El nivel de desarrollo de los servicios sociales	1	2	3	4	5
La falta de infraestructura turística	1	2	3	4	5
Los obstáculos burocráticos	1	2	3	4	5

La promoción y comercialización	1	2	3	4	5
La falta de compromiso de los principales actores locales	1	2	3	4	5
El conflicto político del Sahara Occidental	1	2	3	4	5
La falta de una planificación territorial más participativa	1	2	3	4	5
La experiencia en el desarrollo de planes locales estratégicos	1	2	3	4	5
La falta de cultura empresarial de la población	1	2	3	4	5

**18. A su juicio, ¿cuáles son las posibles consecuencias que el desarrollo de un modelo turístico eco-cultural puede generar en la zona? Escoja una opción.**

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	Algo en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Revalorización inmobiliaria	1	2	3	4	5
Incremento de la construcción	1	2	3	4	5
Daños sobre espacios naturales y/o especies protegidas	1	2	3	4	5
Daños sobre el patrimonio edificado	1	2	3	4	5
Daños sobre el patrimonio cultural intangible (tradiciones, creencias, costumbres, fiestas, literatura, música...)	1	2	3	4	5
Inmigración en la zona	1	2	3	4	5
Crecimiento del empleo	1	2	3	4	5
Mejora de la renta de la población local	1	2	3	4	5
Incremento en la distribución de la renta local	1	2	3	4	5
Incremento en los niveles educativos	1	2	3	4	5
Mejora de los servicios públicos sociales y sanitarios	1	2	3	4	5
Cambio en la mentalidad de la población local	1	2	3	4	5
Incremento de la competencia por el agua	1	2	3	4	5
Estímulo de la actividad agraria y comercial	1	2	3	4	5
Incremento de los precios	1	2	3	4	5
Atracción de la inversión exterior	1	2	3	4	5

**19. A su juicio, ¿de qué manera la Administración Pública podría ayudar para mejorar la actividad turística eco-cultural en la zona?**

**20. ¿Está usted interesado en incluir productos eco-culturales en su actividad o en llevar a cabo algún proyecto de turismo eco-cultural? ¿Podría indicar la zona?**

***Le agradecemos su colaboración***

***Si desea disponer de los resultados del estudio escriba a continuación su correo electrónico.***

*A efectos de lo previsto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa que sus datos personales se incorporarán a un fichero de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Usted tiene derecho al acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos previstos en la Ley, que podrá ejercitar por escrito dirigido al coordinador del Grupo Sociedades y Espacio Atlánticos, responsable del fichero (direccion.dgeo@ulpgc.es)*

