

Universidad de Girona
Máster Oficial en Turismo Cultural

La experiencia cultural en los viajes
de voluntariado en Marruecos.
El caso de los españoles en Errachidia

Realizado por: Ali Oukassou

Dirigido por: Dra. Maria Dolors Vidal Casellas

Convocatoria: Junio 2018

Université de Gerone
Master Oficial : Tourisme Culturel

L'experience culturelle dans les
voyages de volontariat
Le cas des espagnoles à Errachidia

Réalisé par : Ali Oukassou

Encadré par : Dra. Maria Dolors Vidal Casellas

Presenté : Juin 2018



Índice

I.	General.....	6
1.	Agradecimiento:.....	6
2.	Resumen.....	7
3.	Introducción:.....	8
4.	Objetivo general:.....	9
5.	Objetivos específicos:.....	9
6.	Justificación de la elección del tema.....	9
7.	Metodología.....	10
II.	Capítulo 1:conceptualización del turismo de voluntariado y el marco teórico .	11
1.	El marco conceptual: definición y diferenciación del turismo.....	11
1.1	Alternativo:.....	11
1.2	Solidario.....	11
1.3	Comunitario.....	12
1.4	El turismo contra la pobreza.....	12
1.5	El voluntariado.....	12
2.	El marco teórico del turismo de voluntariado.....	16
2.1	Motivos de los voluntarios:.....	16
2.2	Tipos de voluntarios:.....	18
2.3	Impactos del turismo de voluntariado sobre la comunidad.....	20
2.4	La imagen turística.....	21
III.	Capítulo 2: el turismo en Marruecos, la historia y la evolución del voluntariado.....	25
1.	Datos generales.....	25
2.	El turismo en Marruecos , nichos , estadísticas, visión 2020.....	29
2.1	Análisis del mercado español:.....	45
2.2	El comienzo y la evolución del voluntariado.....	47
2.3	Las asociaciones nacionales:.....	49
3.	El turismo en Errachidia:.....	50
3.1	El contexto geográfico y económico.....	50
3.2	Las características turísticas de la provincia :.....	51
4.	Hacia un turismo alternativo en Errachidia : el voluntariado.....	59
4.1	Las asociaciones:.....	60
4.2	Actividades y estadísticas.....	63

4.3	El marco jurídico y el paradigma de las actividades:.....	64
4.4	La transparencia, la gestión financiera y de los recursos humanos.....	66
IV.	Capítulo 3: los voluntarios españoles en Errachidia:	69
1.	El método de estudio	69
2.	La imagen / estereotipos de los voluntarios sobre el país.....	70
3.	Los datos demográficos y el perfil de los turistas voluntarios	72
4.	las motivaciones de los turistas españoles y sus experiencias	73
5.	Posibles efectos negativos del voluntariado.....	77
6.	Propuestas de mejora	80
6.1	El marco jurídico e institucional :.....	80
6.2	Evaluación de las actividades:.....	81
6.3	Formación y selección y promoción.....	81
7.	hacia un voluntariado cultural, una Colaboración con la udg.....	82
7.1	Acciones:	84
7.2	Estancia y actividades.....	85
V.	CONCLUSIÓN:.....	86
VI.	Bibliografía:	90
VII.	Anexos.....	94

I. General

1. Agradecimiento:

En este trabajo, dirijo mi agradecimiento a mi tu tutora Dolors Vidal por su apoyo y sus orientaciones desde el primer día de clases.

A los profesores del MTC especialmente a Lluís Mundet, me has facilitado la integración en el grupo.

A mis amigos , Paco, Xavier, Ampa , Sergio y Sole, Magali, Michel y Raquel, Antonia ... que me han ayudado tanto a entender cosas de la cultura española.

A mi asesora Maribel que nunca cesó de aconsejarme, de animarme para seguir aprendiendo.

A Mi amiga Berta que me hizo descubrir Zaragoza , aunque no estás aquí con nosotros te dedico este modesto trabajo.

A mis padres y a mis hermanas que han luchado tanto por mi , para llegar a donde estoy ahora.

A mis amigos de Errachidia , Yassine, Mouhssine, Jamal...

A todos estos les digo muchísimas gracias.

2. Resumen

El turismo de voluntariado es una forma alternativa del turismo, es diferente del turismo tradicional en el que los voluntarios llevan en sus viajes vacacionales distintas actividades para ayudar a personas o hacer algo útil hacia el medio ambiente. En los últimos años se ha evolucionado tanto en la participación como en la investigación. Se ha generado mucho debate sobre las motivaciones de los voluntarios sus perfiles, y los impactos causados mediante las experiencias vividas en lugares desfavorecidos. El voluntariado es uno de los temas pocos estudiados en Marruecos, en este trabajo se aborda el tópico desde distintos aspectos. El trabajo focaliza básicamente la experiencia cultural de los voluntarios españoles en Errachidia a través de las actividades llevadas por organizaciones no gubernamentales locales. La idea es analizar profundamente el tipo común del voluntariado en Errachidia para poder dar propuestas de mejora a las asociaciones. Al igual nuestro objetivo será buscar posibilidades de cooperación y colaboración con las universidades españolas hacia un voluntariado cultural creando proyectos culturales.

Palabras clave: Voluntariado- Errachidia- experiencia- cultura- viajes- Marruecos

Abstract

Volunteering tourism is an alternative form of tourism, it is different from traditional tourism in which volunteers carry on their trips different activities to help people or do something useful towards the environment. In recent years, both participation and research have evolved. Much debate has been generated about the motivations of volunteers, their profiles, and the impacts caused by experiences lived in disadvantaged places. Volunteering is one of the few subjects studied in Morocco, in this work the topic is addressed from different aspects. The work basically focuses on the cultural experience of Spanish volunteers in Errachidia through activities carried out by local non-governmental organizations. The idea is to deeply analyze the common type of volunteering in Errachidia in order to be able to give proposals for improvement to the associations. In the same time, our objective will be to look for possibilities of cooperation and collaboration with the Spanish universities towards a cultural volunteering creating cultural projects.

Key words: Volunteering- Errachidia- experience- culture- travel-Morocco

3. Introducción:

Es muy sabido que el turismo es una de las industrias que ocupan un gran interés en la política de los países desarrollados y de los países en vía de desarrollo, además, es un sector que tiene muchas ventajas sobre los aspectos económicos, sociales y ambientales del lugar visitado, sin olvidar su papel fundamental en la preservación y la protección del patrimonio natural y cultural. La actividad turística puede adaptarse a las condiciones de destinos para atraer clientes y de hecho generar ingresos directos, también puede transformar el destino positiva o negativamente adaptándose continuamente a las oportunidades y amenazas del lugar de recibimiento, puede consolidar y generar nuevas formas de urbanismo, pero también puede retirarse cuando el contexto en que se desarrolla es desfavorable.

El turismo de voluntariado es una nueva alternativa de viajar, forma parte del turismo solidario. Es una herramienta turística en favor del desarrollo humano, económico, social cultural y ambiental de las poblaciones más necesitadas.

Tras la independencia, Marruecos optó por la agricultura y el turismo como sectores principales para el avance económico. Sus estrategias y políticas han ido cambiando a lo largo de los años. El turismo en Marruecos ha experimentado un crecimiento considerable, es un sector que genera muchas ofertas de empleo y también es una fuente preponderante para obtener divisas. Pese a la crisis económica que sufrió Europa y que afectó bastante al sector, el número de turistas sigue creciendo constantemente. Así que surgió recientemente el turismo solidario / de voluntariado como una alternativa para el turista que desea descubrir el otro y al mismo tiempo involucrarse en el desarrollo humano y económico del destino que visita; también para la población autóctona, que mediante esta actividad turística, puede mejorar su vida cotidiana. El fenómeno del turismo solidario (de voluntariado) se destaca claramente en el sureste del país, puesto que es una zona muy aislada y carente de condiciones adecuadas de vida...

4. Objetivo general:

Estudiar el turismo de voluntariado en Errachidia, ofrecer algunas propuestas de mejora a las asociaciones y buscar las posibilidades de colaborar con la UdG para organizar proyectos culturales a través de viajes solidarios.

5. Objetivos específicos:

- Destacar los motivos y las perspectivas del voluntariado hacia la población receptora.
- Determinar las características de las asociaciones locales, nacionales e internacionales involucradas en la organización de ese tipo de viajes.
- Estudiar los posibles impactos negativos que afectarán al destino receptor por los turistas voluntarios.
- Determinar patrones con el fin de mantener relaciones de cooperación con instituciones españolas emisoras de voluntarios (el caso de la Universidad de Gerona).

6. Justificación de la elección del tema

¿Por qué el voluntariado?

Para mí, el voluntariado, ha sido siempre un campo de aprendizaje, de intercambio cultural, sobre todo cuando se trata de un voluntariado a nivel internacional. La experiencia que tuve en Marruecos durante 3 años de trabajo voluntario en diferentes ciudades y con distintas nacionalidades y de los 3 años vividos en Cataluña experimentado “el voluntariat del català, les parelles llingüístiques” me han proporcionado una idea general sobre su funcionamiento y sus finalidades. El tema del voluntariado en Marruecos en los últimos años se ha vuelto un tópico, una moda.

sin embargo está menos estudiado por parte de los investigadores; por estos motivos me surgió la idea de indagar en la problemática del voluntariado y pensar en montar un proyecto propio, a favor del desarrollo cultural y la educación de los niños.

7. Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, inicialmente se ha hecho una recopilación bibliográfica sobre el voluntariado en diferentes partes del mundo. Para saber las dimensiones del tema y los aspectos que se han abordado, se han consultado también los artículos sobre el turismo a nivel internacional, nacional y local. Uno de los temas consultados fue la sostenibilidad y el desarrollo, puesto que tienen una fuerte relación con la actividad turística.

En segundo lugar, dada la importante información obtenida de la revisión de la literatura, se hará un trabajo de campo, realizando unas entrevistas en profundidad con voluntarios españoles que han tenido una experiencia voluntaria previa o que van a participar como voluntarios en semana santa. El objetivo de investigar a estos últimos será divulgar la imagen percibida del país y de su población. Se optó también por hacer unas entrevistas por email, Skype, con la finalidad de recoger el máximo posible de datos que nos servirán en este estudio.

Como se ha mencionado en la propuesta del trabajo final, la investigación va a seguir un trayecto cualitativo, utilizando la fenomenología como método de análisis de información. Es un método que busca describir y analizar ideas, creencias, conocimientos, prácticas de grupos y culturas y comunidades. Por lo tanto esa iniciativa no pretende, efectivamente, generar teorías sino deducir algo revelado en estudios anteriores.

Finalmente, según los resultados y las conclusiones alcanzadas a la luz de esa investigación, se proponen unas pautas para mejorar el trabajo voluntario en esa zona. También se propone una propuesta de cooperación con la universidad de Gerona como emisora de voluntarios.

II. Capítulo 1: conceptualización del turismo de voluntariado y el marco teórico .

1. El marco conceptual: definición y diferenciación del turismo

Este apartado busca identificar y definir los términos más importantes relacionados con el turismo voluntario, con los cuales se generan las principales confusiones conceptuales; para poder distinguirlos y diferenciarlos entre sí y respecto a la modalidad objeto de este trabajo.

1.1 Alternativo:

El turismo alternativo es la forma de turismo que está en contra del turismo de masas y de la mentalidad consumista que genera y en su lugar ofrece experiencias turísticas alternativas más exigentes, sociales y medioambientales sostenibles (Wearing 2001).

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que la envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. El turismo alternativo se divide en tres grandes segmentos: Ecoturismo, Turismo de aventura y Turismo rural.

1.2 Solidario

El turismo solidario es aquel en el que la solidaridad constituye la principal motivación del viajero. Se caracteriza por una mayor interrelación entre las dos comunidades implicadas , la local y la visitante. El comité francés formado por la Unión Nacional de Asociaciones de Turismo, las asociaciones de turismo solidario y los socios, elaboró una definición en 2004: “El turismo solidario reúne formas de turismo "alternativo" que pone al hombre y el encuentro en el centro del viaje y que son parte de una lógica de desarrollo de territorios. La participación de las poblaciones locales en las diversas fases del proyecto turístico, el respeto por el individuo, las culturas y la naturaleza y

una distribución más equitativa de los recursos generados, son las bases de este tipo de turismo” .

1.3 Comunitario

Es una forma de turismo que implica que un número significativo de personas que viven en un territorio, tienen un control sustancial de su propia gestión y su propio desarrollo turístico. Por lo tanto, los miembros de la comunidad, así como las personas que no están directamente involucradas en la industria del turismo, también deberían beneficiarse de los beneficios económicos.

El turismo comunitario se caracteriza por una determinada forma de organización empresarial en el destino turístico, basado en pautas de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados para el bienestar de sus miembros (Cañamás Vallcanera, 2011).

1.4 El turismo contra la pobreza

Se llama también pro-poor tourism: los países en vías de desarrollo toman el turismo como una herramienta para disminuir la pobreza y incrementar los ingresos de las poblaciones desfavorecidas. Para cumplir este tipo de estrategias, se plantean tres ámbitos de actuación: el incremento de las oportunidades de trabajo asalariado, la creación de microempresas locales y la generación de ingresos comunitarios.

1.5 El voluntariado

El voluntariado es un concepto complejo sobre el cual hay un debate y variación en el significado. Es la actividad que desarrolla una persona en una organización (pública o privada) que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, sin recibir remuneración por ello.

La persona voluntaria es aquella que además de sus propias obligaciones personales, de modo continuo, desinteresado y responsable, dedica parte de su tiempo a actividades, no a favor de sí misma sino a favor de los/as demás y de intereses colectivos, según un proyecto que no se agota en la intervención misma, sino que tiende a erradicar o modificar las causas que lo provocan (Luciano Tavazza)

Lyons (2003) afirma que no cualquiera que se implica en el turismo de voluntariado se considera voluntario y / o turista; los turistas voluntarios pagan más que los voluntarios normales durante sus vacaciones, efectivamente, más de lo que pagan en el mismo lugar (Wearing, 2001)

El turismo de voluntariado es una tendencia creciente en la industria del turismo, cada vez más está llamando la atención de los investigadores y los promotores (Wearing, 2003, Callanan y Thomas, 2005) .Es una forma alternativa de viajar diferente a los viajes tradicionales. El voluntariado fue estudiado por diversos autores, el más destacado ha sido el autor australiano Wearing, que tanto ha contribuido en el planteamiento del tópico. Una de sus publicaciones más interesantes ha sido “Experiences That Make a Difference” en 2001, que será sin ninguna duda una referencia principal en el trabajo.

Muchos creen que el voluntariado es un nicho de turismo en vía de expansión, una alternativa al turismo tradicional o simplemente un gran cambio sociocultural. Su creciente explosión es evidente en la literatura académica, en las tendencias globales y en la prensa popular. Elliott (2008) ha explorado que la participación y los estudios han aumentado en los últimos 20 años, sobre todo a partir de 1990. Algunos estudios estiman que más de 1.6 millones participan anualmente en proyectos en todo el mundo y los turistas voluntarios gastan entre 832 millones y 1.3 billón cada año (Tourism Research & Marketing, 2008)

La conceptualización de turismo de voluntariado se ha expandido bastante en la literatura hasta llegar a significar otros términos como “ voluntourism” o voluntariado para el desarrollo. A veces cae bajo el concepto “ el turismo sostenible”. La variación de definiciones y conceptualizaciones refleja el creciente debate y las críticas en los estudios turísticos.

Novelli (2005) dice que el concepto de turismo voluntario se relaciona con muchas otras categorías de turismo, separadas, pero algo relacionadas: turismo social, turismo cultural, turismo alternativo, ecoturismo, turismo moral, turismo responsable, turismo solidario...

Stebbins define el voluntariado como "una ayuda no coercitiva ofrecida formal o informalmente, siendo a lo sumo, un pago simbólico hecho en beneficio tanto de las personas como del voluntario". De manera similar, otras definiciones del voluntariado han incluido el reconocimiento de que los voluntarios son quienes brindan la asistencia, o el servicio no remunerado, generalmente para el beneficio de la comunidad (Australian Bureau of Statistics, 1986)

Otras formas alternativas de turismo, como el turismo de voluntariado, focalizan los problemas sociales y ambientales más que los beneficios, busca disminuir los efectos negativos sobre las comunidades locales (Scheyvens, 2002)

Otros enfatizan las características de la acción percibida como elegida libremente, sin ganancia financiera y generalmente dirigido a ayudar a otros (Stebbins, 1982, 1992; Van Til, 1979).

Nestora, Yeung y Calderón (2009) encontraron que el desarrollo en el turismo es el resultado de la mejora en el ingreso disponible de la clase media, el deseo de disfrutar de viajes más inusuales y la reducción de las barreras en los viajes internacionales.

El turismo voluntario internacional generalmente se alinea con ideas de ayuda al desarrollo y parece haber aumentado en crecientes problemas sociales y ambientales

en países en desarrollo. El voluntariado internacional se enfoca a menudo en proyectos humanitarios y ambientales con la intención de servir a las comunidades necesitadas. Wearing (2001) sugirió que estos podrían incluir, entre otros, proyectos de conservación, científicos, de investigación (vida silvestre, tierra y agua) asistencia médica, económica, desarrollo social (incluyendo agricultura, construcción y educación) y restauración cultural.

De hecho, los voluntarios pueden encontrarse participando en actividades que van desde la asistencia con cirugías oculares masivas a la construcción de una reserva de la selva tropical (S. Wearing, N.G. McGehee, 2013). En su investigación, Callanan y Thomas (2005) encontraron que generalmente estos proyectos se realizan a corto plazo, y la mayoría tenía una duración de menos de 4 semanas.

Sin embargo el voluntariado internacional (el que nos interesa en este estudio) es:

- 1) La actividad que desarrolla una persona en una organización (pública o privada) que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, sin recibir remuneración por ello.
- 2) Una práctica con fundamentos filosóficos y éticos que responde a objetivos de desarrollo, solidaridad y humanitarismo.
- 3) Una acción generadora de procesos participativos e independientes, sostenibles en el tiempo.
- 4) Una actividad que estimula tanto las capacidades locales de las comunidades y contrapartes del sur como las de las propias ONGs y su personal.
- 5) Una intervención que promueve valores y principios de justicia y respeto por la diversidad cultural y social
- 6) Un acercamiento respetuoso a una realidad distinta a la conocida. Es observación, reflexión y aprendizaje continuo

En cuanto a las ONGs, a pesar de que hay muchas organizaciones que abusan de las comunidades locales, existen, evidentemente, otras compañías turísticas que desean aumentar la comprensión global y educar a los occidentales sobre los problemas de la pobreza y la justicia (Scheyvens, 2002) así que las organizaciones de caritas tenían que hallar nuevas maneras para incrementar sus ingresos. En el mismo tiempo los tours operadores y otros negocios similares intentaron mezclar las tendencias de la responsabilidad ética y social (Novelli, 2005).

2. El marco teórico del turismo de voluntariado

2.1 Motivos de los voluntarios:

Una de las principales corrientes de la investigación en el turismo de voluntariado gira alrededor de los motivos, por qué el voluntario viaja y si esos motivos son diferentes a los de los turistas tradicionales (Wearing, McGehee, 2013). Bastante parte del debate sobre los motivos del turismo de voluntariado se ha centrado en los problemas de “intereses propios versus el altruismo”. Callanan y Thomas (2005) han propuesto una tipología de voluntarios basada en 6 principales criterios: destinación, duración del proyecto, foco de la experiencia, nivel de contribución a los locales, participación activa o pasiva y cualificación. Encontraron que los voluntarios de una duración corta se interesan más bien por el desarrollo personal (intereses propios); siendo similares los resultados hallados en los estudios de Self y Findley (2010). Mientras que los voluntarios profundos (de larga duración) tienden a pensar principalmente en las comunidades. Ese marco elaborado por los autores ha creado una tipología de mercados objetivos para las organizaciones de turismo de voluntariado. Las ONGs procuran focalizarse en los voluntarios profundos, mientras que los tours operadores comerciales se focalizan en los voluntarios de corta duración. Brown (2005); Callanan y Thomas (2005) han hallado cuatro motivaciones que animan a los turistas voluntarios: la inmersión cultural, hacer la diferencia, buscar amistades y la unión familiar. Siebert y Benson (2009) encontraron cinco motivos: experimentar algo

diferente o nuevo, encontrarse con gente africana, aprender sobre otras culturas, vivir en otro país y ampliar la mente de la persona.

Las investigaciones han generado debates sobre cuál es la más común de las motivaciones de los voluntarios: si el interés propio o el altruismo. Callanan y Thomas (2005) y Enrichs (2000) llegaron a la conclusión de que es una búsqueda altruista, mientras que otros piensan que los voluntarios pueden adaptarse en cualquier situación entre el altruismo y el puro egoísmo (Hustinx, 2001:65; Tomazos, K., & Butler R. (2010).

Más que pensar en una dicotomía absoluta del altruismo versus el propio interés, los turistas voluntarios son bastante capaces de poseer simultáneamente múltiples motivaciones (Wearing, McGehee, 2013).

En cuanto al perfil, algunos han encontrado conexiones entre la edad y el motivo del viaje de los voluntarios, ya que, en este segmento de mercado, los jóvenes viajan y hacen un voluntariado para conseguir un interés propio como primer motivo; eso lo explica Simpson (2004) sugiriendo que la mayoría de esos jóvenes participan en el voluntariado durante un periodo de transición entre los estudios y la educación o el trabajo (gap year tourism). Brown (2005) encontró que las personas de edad (40/70) que están considerados un mercado lucrativo por los tours operadores, no tienen necesariamente motivaciones egoístas hacia el voluntariado. Brown afirma que están motivados por la inmersión cultural, la búsqueda de amistades, devolver algo a alguien y la unión familiar.

En unos trabajos recientemente hechos en Hong Kong por Lo y Lee (2011) muestran que los motivos reales para realizar un voluntariado en ese país, son: la inmersión cultural y la interacción con la gente local, el deseo de devolver algo, compartir experiencias con los miembros de la familia, involucración religiosa, huida de la vida diaria.

Carter (2008) entrevistó a un grupo de voluntarios de edad entre 17 y 65 años y halló que la principal motivación fue experimentar algo nuevo y ayudar a los demás. Stoddart y Rogerson (2004) encontraron los mismos motivos, seguidos de la búsqueda de la construcción personal, el establecimiento de relaciones, viaje y todos los motivos egoístas.

Los motivos en el turismo de voluntariado se diferencian del turismo tradicional y cambian dependiendo del tiempo, los lugares y las experiencias. Una gran parte de ese cambio o diferencia viene de la naturaleza del voluntario mismo, por eso el nivel de interacción entre el voluntario y los locales.

Por esa razón, Brown (2005) ha distinguido entre dos tipos de voluntarios independientemente de su edad: los que tienen mentalidad de vacacionar y las personas que se hacen voluntarias y se mantienen como tales por distintas razones, que satisfacen funciones psicológicas diversas.

2.2 Tipos de voluntarios:

Lo que caracteriza al turismo es la variedad de sus consumidores, igualmente para nuestro caso, los turistas voluntarios también se dividen en categorías. Las estadísticas del sector del turismo de voluntariado son difíciles de encontrar, sin embargo, algunos estudios sobre unas organizaciones o sobre tipos de voluntarios nos dan una buena idea de la gente que participa en ese tipo de turismo. La investigación de Stoddart y Rogerson sobre "hábitat for South Africa", muestra que la mayoría de los participantes son jóvenes (20 a 29 años) o mayores (50 a 59 años). En general, conocer la edad de los voluntarios no se consigue fácilmente aunque estudios específicos dicen que los turistas voluntarios tienden a ser jóvenes (Zahra y McIntoch 2007).

A pesar de que hay una creciente popularidad del tema estudiado, las investigaciones académicas sobre el turismo de voluntariado y particularmente, desde la perspectiva de las vacaciones de los voluntarios, todavía siguen en sus primeras etapas. Estas investigaciones procuran proponer, dos diferentes tipos, basados en los participantes:

los que realmente piensan en el voluntariado "volunteer-minded" y los que piensan en las vacaciones "vacation-minded" (Brown&Morrison, 2003). Los primeros son individuos que tienden a dedicar todo o casi todo el tiempo de sus vacaciones en las actividades en su destino, mientras que los segundos pasan poco tiempo haciendo trabajos voluntarios.

2.3 Impactos del turismo de voluntariado sobre la comunidad

Como cualquier sector del turismo, el voluntariado tiene efectos positivos y otros negativos. La literatura en su mayoría ha abordado el lado positivo del voluntariado y el conjunto de los beneficios que consiguen ambos, los voluntarios y la comunidad receptora. Mientras que se ha prestado menos atención a sus aspectos negativos. Guttentag, 2009). Por ejemplo, Wearing (2001) resalta el crecimiento personal experimentado en un proyecto en Costa Rica; dice que los turistas voluntarios buscan una experiencia en la que el beneficio es mutuo, una experiencia que contribuye no solamente al desarrollo personal de los voluntarios sino también, de forma directa y positiva, al ambiente social, natural y económico en el que han participado. McIntosh and Zahra (2008) estudiaron la comunidad Maorí en Nueva Zelanda y acabaron afirmando que el turismo de voluntariado debe ser visto como un plus para fomentar la relación del beneficio recíproco y mutuo entre voluntarios y locales. Lepp (2008) estudió un proyecto en Kenya y cuál fue el impacto por el trabajo que realizaron. Muchos voluntarios desarrollaron una nueva perspectiva y descubrieron una necesidad intrínseca del significado de sus vidas. Brown and Morrison (2003) hicieron una investigación sobre los intereses de los viajeros en el turismo de voluntariado y afirman que este tipo de turismo crea un escenario potencial en el que cada voluntario puede ser un embajador de la paz.

Esa tendencia en la literatura en el turismo de voluntariado es la más habitual, pocos estudios han analizado críticamente esa rama del turismo, incluso pocos han considerado sus posibles impactos negativos. Una investigación realizada por McGehee y Andereck (2008) afirma como el turismo de voluntariado puede crear una dependencia en la comunidad de acogida y como esta última puede molestarse por los componentes religiosos de una ONG. Callanan y Thomas (2005) argumentan que en algunos proyectos, los voluntarios son los primeros en sacar beneficios propios, en cambio los beneficios del proyecto son discutibles. Un estudio de Simpson (2004) y Raymond y Hall (2008) cuestiona el desarrollo personal experimentado por el

voluntario y el valor de la interacción transcultural que ocurre durante la estancia en el destino. El turismo de voluntariado ha creado también algunos impactos negativos sobre la comunidad de acogida, como la dependencia de los turistas voluntarios (Guttentag 2009), la subestimación de la dignidad de los locales y el uso de los recursos locales más allá de su capacidad (Devereux, 2008; Guttentag, 2009; McGehee & Andereck, 2008; Palacios, 2010; Raymond & Hall, 2008; Simpson, 2004; Sin, 2009). La distinta perspectiva de los receptores y los emisores puede afectar a la actitud de los turistas y les dirige para actuar como trabajadores en un entorno mercantilizado (Raymond & Hall, 2008), Simpson (2004). Los efectos negativos del turismo de voluntariado en el refugio infantil de California han sido discutidos en profundidad por Tomazos y Butler (2010).

2.4 La imagen turística

La OMT define la imagen de un destino como “el conjunto de ideas o conceptos que se tiene del mismo a nivel individual o colectivo”. Durante los últimos 40 años se pueden identificar diversos estudios que intentan analizar conceptual y empíricamente la imagen turística teniendo como principal preocupación el establecimiento de medidas que permitan conocer los atributos que caracterizan la imagen de un determinado destino, así como también lo que es la percepción de esta imagen.

Gallarza, Gil y Calderón (2002) han desarrollado una completa revisión de la literatura en la cual han detectado la existencia de siete ámbitos de estudio de la imagen turística: (a) conceptualización y dimensiones; (b) proceso de formación de la imagen turística; (c) evaluación y medida de la imagen turística; (d) influencia de la distancia en la imagen turística; (e) cambios de la imagen producidos por el paso del tiempo; (f) rol activo y pasivo de los residentes en el estudio de la imagen turística; (g) políticas de gestión de la imagen turística (Camprubí 2009).

En general, la mayor parte de los autores están de acuerdo en que la imagen turística es una construcción mental, donde la representación visual se sitúa en un segundo plano

frente a factores relacionados con el conocimiento, impresiones y creencias, que el turista tiene sobre un destino turístico determinado.

Baloglu y McClery (1999) afirman que la imagen turística está constituida por un componente cognitivo/perceptivo, que relacionaríamos con los elementos tangibles del sistema turístico, a los que se unen componentes afectivos, vinculados a los sentimientos que el lugar es capaz de evocar. Parece evidente que la imagen turística conecta los elementos tangibles de los recursos, los servicios y el entorno, con las sensaciones o significados intangibles que son capaces de generar. La combinación de estos dos componentes de la imagen da lugar a una imagen global o compuesta que hace referencia a la valoración positiva o negativa que se pueda tener del producto o marca.

Fundamentalmente, dentro de las imágenes turísticas, podemos distinguir dos grandes tipos: las imágenes emitidas y las imágenes percibidas. Las primeras, tienen una estrecha relación con el marketing, considerando especialmente el proceso de creación de las imágenes turísticas y su difusión (Camprubí, 2006). Galí y Donaire (2005) y distinguen entre las imágenes percibidas a priori, in situ y a posteriori.

- Imagen percibida a priori: es la construcción mental que hace un individuo de un destino o lugar sin que haya tenido una conexión física. La percepción a priori que se puede tener a partir de las motivaciones que aquel destino nos transmita, la información recogida del conocimiento que se tiene, los sentimientos que provoca, entre otros.
- Imagen percibida in situ: las imágenes percibidas in situ son el resultado de una evaluación de la realidad durante la visita.
- Imagen percibida a posteriori: la reinterpretación de la experiencia vivida en el destino una vez el turista potencial ha vuelto a su lugar de origen.

Regresamos a las imágenes emitidas, (Miossec, 1977) las divide en tres:

- Imágenes universales: aquellas que evolucionarán a través de la historia. Son imágenes modeladas y cargadas de arquetipos fuertes que han sido aceptadas en la imaginación colectiva. La Torre Eiffel en París, el Big Ben en Londres, la Sagrada Familia en Barcelona o el Taj Mahal en la India, son algunos ejemplos de los atributos que imperan en la imagen universal.
- Imágenes efímeras: son el resultado de una reinterpretación de la realidad a través de los medios, la literatura, el cine, el arte, la música, etc. Generalmente, estas imágenes son olvidadas, pero algunas veces acaban formando parte del imaginario colectivo.
- Imágenes inducidas: aquellas que son promovidas a través de acciones de marketing (páginas web, folletos, relaciones públicas...) por parte de los promotores turísticos del destino o tour operadores, llamados agentes inductivos encubiertos, con el objetivo de influir el proceso de toma de decisiones de los turistas.

Entre los factores más destacados se remarcan: la distancia que separa el destino del lugar de residencia habitual (Miossec, 1977; Crompton, 1979; Reilly 1990), las fuentes de información utilizadas, los factores socio-demográficos, las experiencias previas y los canales de distribución (Baloglu y McCleary, 1999; Beerli y Martín, 2004; Tasci, Gartner y Cavusgil, 2007). En conjunto estos elementos interactúan simultáneamente y dan como resultado una imagen en la mente del turista que influirá en su comportamiento durante el proceso de decisión del destino.

La literatura académica ha aceptado ampliamente la clasificación de los agentes de formación de la imagen, establecida por Gartner (1993), denominados también factores estímulo (Baloglu y McCleary, 1999). Son las fuerzas que influyen en la formación de las percepciones y evaluaciones y están relacionadas con la cantidad y variedad de fuentes de información a las que pueden estar expuestos los individuos, incluyendo la información que se adquiere de un destino como consecuencia de haberlo visitado.

Gartner determina la existencia de cuatro tipos de agentes (agentes inductivos, agentes inductivos encubiertos, agentes autónomos y agentes orgánicos) que actúan independientemente o en combinación, pero que todos ellos intervienen en el proceso de formación de la imagen del destino. Los agentes turísticos orgánicos y autónomos contribuyen a la construcción de imágenes universales y efímeras, mientras que los

agentes inductivos promueven la creación de imágenes inducidas.

En el siguiente trabajo de Camprubí, basado en las realizaciones de Gunn (1972) se muestra como se forma la imagen percibida de un destino turístico:

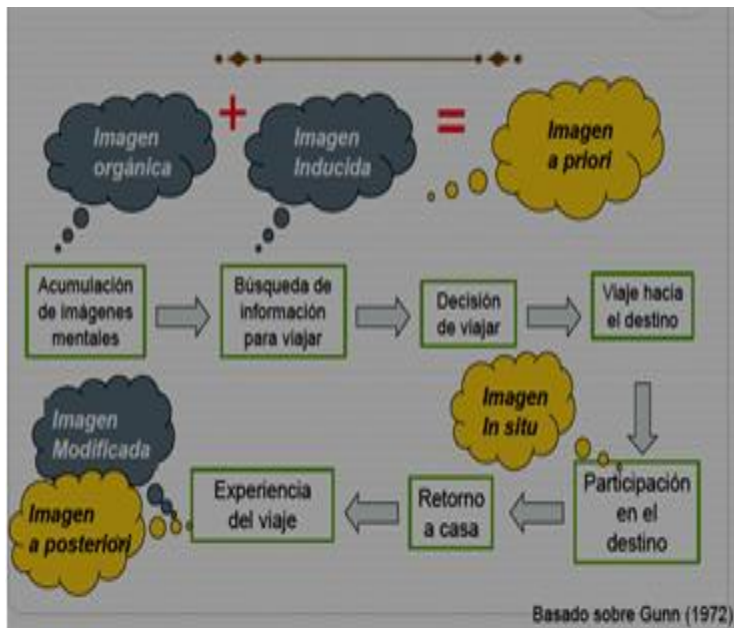


Ilustración 1 fuente Camprubí : formación de la imagen

III. Capitulo 2: el turismo en Marruecos, la historia y la evolución del voluntariado

1. Datos generales

La geografía:

Marruecos está situado en el extremo Noroeste del continente africano, está bordeado a la vez por el mar Mediterráneo al Norte y el Océano Atlántico al Oeste. La longitud de sus costas es de 3.500 km y sus fronteras terrestres están limitadas al Este por Argelia y al Sur por Mauritania. Según la diversidad de la geografía del reino alauí, se puede dividirlo en 4 zonas : el litoral marítimo, compuesto de la costa atlántica, la costa mediterránea, las montañas y el desierto:

a) La costa atlántica: tiene más de 2000 km , comprendida entre Tánger y el último punto en la frontera con Mauritania, el Guergarat, a lo largo de esa costa se destacan grandes llanuras como el Haouz o el Zaian. Lo que caracteriza esta costa también es que en la parte del norte desde Tánger hasta Agadir se centran algunas de las ciudades más importantes del país, mientras que en la parte del sur se extiende una costa bastante despoblada , desértica y con playas vírgenes.

b) La costa mediterránea: se extiende desde Tánger hasta casi las fronteras con Argelia, con una longitud de más de 300 km . En esta zona se encuentran ciudades importantes como Tetuán, Nador, Alhociema, además de las dos ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Se caracteriza por sus ríos de poca longitud y sus típicas playas mediterráneas

c) Las montañas : El territorio marroquí se caracteriza por ser especialmente montañoso y se puede dividir en dos grandes conjuntos; el Rif y el Atlas.

- El Rif : es una cadena montañosa que geológicamente forma parte del Arco de Gibraltar. Las montañas del Rif muestran un relieve abrupto a orillas del Mediterráneo desde Nador hasta Tetuán, el Rif se divide, a su vez, en cuatro zonas: La Yebala (de Tánger a Chauen), el alto Rif (de Chauen al

Muluya), el Prerrif (entre el valle de Uerga y el de Sebú) y el Rif oriental (desde el Muluya hasta Argelia). el Rif, que culmina en el Tidighine (2.452 m de altitud).

- EL atlas: El Atlas es un sistema montañoso que recorre, a lo largo de 2400 km el noroeste de África, desde Túnez pasando por Argelia y hasta Marruecos. Su pico más alto es el Toubkal, con 4167 m, al sudoeste de Marruecos. Nace en los montes de Tremecén (Argelia) y acaba cerca de Agadir, ya en el Atlántico. El Atlas separa las costas del mar Mediterráneo y el océano Atlántico del desierto del Sahara y, de hecho, es uno de los factores que provocan la sequedad de este desierto. Se divide en el Atlas Medio, está más cerca a la costa y con hasta 3350 m de altura, el Gran Atlas o Alto Atlas, más al sur y con hasta 4165 m y el Anti Atlas más al sur y con hasta 2060 m.

d) El desierto: Detrás de las montañas del Atlas se esconde un misterioso paisaje, surrealista y hermoso, estamos en el corazón de Marruecos, justo donde nace el desierto del Sahara. Los desiertos más destacados del país son el Erg Chebbi en Errachidia y el desierto de M'Hamid el Ghizlan en Zagora, en ambos desiertos se distinguen dos tipos: el desierto de dunas y el desierto negro.

El clima

Debido a la diversificación geográfica entre el océano, el mediterráneo y el desierto podemos destacar cinco grandes zonas bioclimáticas en las que las temperaturas invernales varían desde calidas hasta frías en función del relieve y de la exposición marítima.

El clima es mediterráneo en el norte, atlántico y templado en el oeste, más continental en el interior, húmedo en la zona del Atlas y desértico en el sur. En el mes de julio se pueden alcanzar los 40°, en octubre/noviembre las temperaturas varían entre 7°C y 8°C durante el día y en el interior del país pueden bajar hasta 0°C por la noche.

El general francés Lyautey, cuando fue residente general de Marruecos dijo que era propio de “Un país frío donde el sol es caliente”, aludiendo a las grandes diferencias de temperatura entre el día y la noche, características propias del desierto.

De manera global, Marruecos está dominado por el clima mediterráneo y la lluvia ocurre dentro de la estación invernal, mientras que la estación cálida es seca. En las áreas costeras las temperaturas extremas son atenuadas y las lluvias son abundantes. En el Sahara el clima es desértico. Las temperaturas en las cadenas montañosas pueden caer a -15°C y los picos más altos de las cadenas montañosas están cubiertos de nieve en la mayor parte del año.

La economía:

Marruecos constituye la quinta economía africana por PIB y la segunda economía más competitiva del norte de África tras Túnez. Es una economía liberal, basada en la libertad de precios bajo la ley de la oferta y la demanda. Desde 1993, el país ha seguido una política de privatización de determinados sectores económicos que solían estar en manos públicas, así que se están privatizando numerosas empresas estatales. Aunque en los últimos años los diversos gobiernos han seguido una política de diversificación económica, la agricultura que solo representa el 14% del PIB, emplea al 43% de la población activa. En el 2009, aunque la crisis azotó a una parte del mundo, Marruecos consiguió un crecimiento del 5,0% gracias en parte al sobre proteccionismo de la banca marroquí y a los buenos resultados en el sector agrícola.

La economía marroquí se caracteriza por su dualidad, con un sector industrial y de servicios relativamente moderno pero con un excesivo peso del sector agrícola, en su mayor parte tradicional y por tanto muy dependiente de la climatología.

La economía marroquí experimentó una desaceleración en 2010, con un crecimiento estimado del 3,3% contra 4,9% en 2009 y 5,8% en 2008. En paralelo al PIB, las exportaciones aumentaron cerca del 14%, a un ritmo muy superior al de las importaciones (del orden de 5,7%). Además de su apertura comercial, en 2010, las

inversiones directas extranjeras recibidas por Marruecos alcanzaron más de 32.000 millones de dirhams (Más de 2.800 millones de euros), de los cuales, un 10% concernieron al sector turístico.

Cabe destacar que a nivel internacional Marruecos es miembro de la mayoría de los organismos internacionales relevantes (Banco Mundial, FMI, OMC, Banco Africano de Desarrollo, Banco Árabe para el Desarrollo Económico en África), es socio privilegiado de la Unión Europea y obtuvo un “estatuto avanzado” en este marco en 2008, en virtud del cual disfruta de las mismas condiciones de mercado que los países de la Unión Europea sin formar parte de sus instituciones políticas.

Características de los principales sectores productivos:

- Agricultura: Tiene un papel preponderante en lo relativo a la evolución económica y social de Marruecos. Asimismo se destaca en los intercambios exteriores. El mayor porcentaje de las explotaciones se dedican al cultivo de cereales (trigo duro, trigo blando, cebada y maíz).
- Pesca: Marruecos cuenta con importantes recursos pesqueros a lo largo de sus costas marítimas. Se encuentra entre los principales productores y exportadores de productos del mar en África y en el Mundo Árabe. Es el primer exportador mundial de sardinas. La pesca es la actividad que más contribuye a la producción del sector.
- Energía: Es el principal importador de petróleo de todos los países árabes. Las fuentes de producción son: carbón y el gas natural.
- Ganadería: Evoluciona favorablemente, tanto por la mejora de las tierras de pastoreo y el refuerzo de las medidas sanitarias para el ganado. como el apoyo financiero para facilitar el abastecimiento regular de alimento para los animales, subvencionando para ello el costo de transporte de cebada. Existe un plan denominado “Marruecos Verde” cuya estrategia se basa en el apoyo y

fomento a la agricultura, el tomate, la frutilla, el azúcar, la leche y el ganado bovino, ovino y caprino.

- Industria: Se destaca la importancia de la industria agroalimentaria, química, la industria textil y del cuero, las industrias metalúrgicas y la industria electrónica. Marruecos es el primer exportador de fosfatos en el mundo.

2. El turismo en Marruecos , nichos , estadísticas, visión 2020

Marruecos es el país de África más cercano de Europa, está a 14 kilómetros de la orilla europea, por eso constituye un cruce de caminos entre Oriente y Occidente. Esta posición estratégica hace que Marruecos forme parte de la cuenca mediterránea y de la fachada atlántica norte, lo que supone que se localice en el entorno de una de las grandes zonas de recepción turística mundial (Chahine 2016), además Marruecos dispone de una diversidad geográfica, cultural, natural y humana lo que asegura su actividad turística y pone de relieve la destinación Marruecos y refuerza sus ventajas competitivas con los países vecinos.

Para entender el turismo en Marruecos haría falta volver pocos años atrás cuando el país consiguió su independencia. A partir de los años 60 Marruecos adoptó el turismo como un sector prioritario para el desarrollo económico y social. El país en esa época se consideró como una de las destinaciones pioneras a nivel turístico, de hecho había adelantado a los países tradicionales del sur del mediterráneo como Túnez y Egipto. Sin embargo se benefició poco de esa situación, ya que en 1999 recibió solamente 3.9 millones de turistas internacionales, situado en la cuarta posición después de Turquía (6.8 M), Túnez (4.8M) y Egipto (4.4 M).

En la época del protectorado, España y Francia construyeron establecimientos de lujo y promocionaron el país culturalmente, así que heredó más de 200 hoteles del periodo colonial (Berriane, 2009), pero tras la independencia se enfrentó a retos para organizar la economía, por eso optó por el sistema capitalista seguido en países vecinos como España, Italia y Portugal. Con el fin de recibir inversiones del banco mundial, los países

en vías de desarrollo se vieron obligados a aceptar la planificación inductiva. En cuanto a Marruecos, en los años 60 y 70 las inversiones públicas se dirigieron inicialmente a la agricultura e infraestructuras hidráulicas y secundariamente a la industria. El turismo no se consideró un verdadero sector productivo y recibió una escasa inversión (Hillali, 2007). Lo que demuestra el débil peso del turismo, y la carente inversión, siempre se dirigió a las ciudades históricas y a algunos complejos en el norte. Tras el terremoto que sufrió Agadir en los años 60, el Estado convirtió esa ciudad en un destino intrínseco de turismo de masas, de sol y playa diferenciado al de las ciudades tradicionales (Fez, Marrakech y Meknes).

Desde el año 1965 cuando se creó el ministerio de turismo hasta los años 80, el estado jugó un papel primordial en la planificación y la creación de establecimientos turísticos estatales. Durante estos años, se hicieron planes trienales 65/78 y planes quinquenales 68/73, en que al turismo le han asignado diversas funciones, como la opción de divisas para la financiación de programas de desarrollo, la generación de empleos y la atracción de inversiones extranjeras, de una manera explícita. Marruecos optó por el turismo no solamente como si fuera un sector auxiliar sino para que desempeñase un papel clave en el desarrollo. La aparición de esos planes permitió la creación de otras instituciones relacionadas con el turismo como: la Oficina Nacional Marroquí de Turismo (ONMT), la Caja de Depósito y de Gestión (CDG), la Sociedad Marroquí de Desarrollo Turístico (SOMADET).

Durante el periodo de 1965 -1972 el Estado fue el principal agente sustentador de la política turística, ya que asumió el 80% de las inversiones en el sector turístico. A partir del año 1973, que coincidió con la guerra del golfo, la crisis económica y su consecuencia sobre el petróleo, además de la caída de los precios del fosfato y la crisis política derivada de la Marcha Verde, es lo que impulsó el estado a disminuir la intervención como agente inversor así que pasó del 80% al 10% en los inicios de los años 80. Los destinos con menor inversión pública tuvieron un mejor funcionamiento

que la zona norte mediterránea en la que se concentró buena parte de la inversión turística pública y que obtuvo unos resultados pobres (Hillali, 2007).

Junto a la inversión directa, el Estado creó otros instrumentos financieros para dinamizar el sector. Así mismo, se establecieron subvenciones e incentivos financieros. Cabe resaltar que esa época se caracterizó por la contribución del sector privado, aunque fue escasa. El sector privado logró una ejecución del 70% de las previsiones, también aprovechó el crédito y los incentivos turísticos para el desarrollo inmobiliario (Chahine 2016).

Se puede decir que a lo largo de los años 60 y 80 el estado jugó un rol importante como promotor, constructor, planificador, regulador e inversor. Sin embargo el apoyo estatal disminuyó y se llevó a cabo una privatización de alojamientos. A partir del año 2000 el estado volvió a apostar por el turismo como dinamizador de la economía. Se reflejó el nuevo giro al turismo en la elaboración de dos programas “visión 2010” y “visión 2020” que marcan la nueva política turística del país.

Visión 2010:

Desde la llegada del rey Mohamed VI al trono, la política turística ha cambiado, el turismo se convirtió en uno de los ejes fundamentales del desarrollo económico del país. El estado recuperó el protagonismo en la política turística, adoptando una gestión mixta del sector público y privado en un programa convencional que pretendió captar capitales internacionales tanto europeos como del golfo pérsico destinado al alojamiento hotelero y en gran medida al turismo residencial. Por lo tanto en 2001 se lanzó en Marrakech el plan 2010 a través de un acuerdo de aplicación por parte de los entes públicos y privados que determinaron 6 ejes principales :

1)Producto:

Hincapié en el turismo balneario, con el lanzamiento de nuevas estaciones balnearias, así como:

- la consolidación y reestructuración de las anteriormente existentes en Agadir, Tánger y Tetuán. Se pretendía que el turismo balneario representara en el 2010 el 70% de la oferta.
- Reposicionamiento del producto cultural: Marrakech, Ouarzazate, Fès, Meknes Tánger, Rabat y Casablanca.
- Desarrollo del turismo rural.
- Promoción del turismo interno.

De hecho se crearon nuevos productos turísticos mediante varios planes como :

Plan azur: Recibe el apoyo financiero del Fondo Hassan II y plantea la construcción de 6 estaciones litorales siguiendo el modelo de los grandes resorts del Caribe y Asia, esas estaciones son Mediterránea-Saidía, Mazagan Beach Resort, Port Lixus, Mogador Essaouira, Taghazout-Argana Bay y Plage Blanche-Guelmin.

Plan Biladi: Este plan pretende incrementar el movimiento interno, es un giro en la estrategia turística que enfoca no solamente los turistas extranjeros sino también los nacionales. Para ello se desarrollan ocho destinos, en los que se construirán alojamientos con unos precios asequibles.

Plan Mada'In: Se trata de consolidar, reforzar y poner en valor los antiguos destinos turísticos tanto los que ofrecen un turismo cultural, de sol y playa, o mixtos

Turismo Rural: Se pretende adoptar una estrategia de impulso del turismo rural y consolidar la actividad turística en el medio rural. Se ofrece alojamiento adaptado, animaciones locales e itinerarios planificados.

2) Transporte:

La situación geográfica de Marruecos y su cercanía a las principales capitales europeas debía aprovecharse para crear líneas aéreas directas, por eso se desarrollaron los medios de transporte especialmente el transporte aéreo, a la misma velocidad que la capacidad hotelera. Formación de 72000 profesionales para satisfacer las necesidades de mano de obra cualificada ligada al aumento de capacidad hotelera.

3) Comercialización y Promoción:

Para apoyar el crecimiento del turismo a través de una política de promoción eficaz y adecuada se redefinieron los métodos y se organizaron los recursos financieros de ONMT (la Oficina Nacional Marroquí de Turismo)

4) Organización Institucional :

creación de órganos de consulta y coordinación entre los sectores público y privado, tanto a nivel nacional como regional (SMIT: Sociedad Marroquí de Ingeniería Turística) fue oficialmente creada en 2007. La SMIT es un actor público que tiene como misión desarrollar el producto turístico nacional y lanzar, apoyar, promocionar y supervisar a los proyectos turísticos, siguiendo las estrategias de política turística marroquí / OT : Observatorio de Turismo creado en 2005 y tiene como objetivo el análisis de la economía turística nacional y la elaboración de estadísticas.

5) Entorno Turístico:

Todas las medidas orientadas a mejorar la acogida de turistas, especialmente en los aeropuertos, el sistema de indicación, el acceso a la información, etc.

Los objetivos planteados por el Plan fueron los siguientes:

- Atraer 10 millones de turistas en 2010.
- Hospedar a 7 millones de turistas internacionales en hoteles clasificados.

- Alcanzar una capacidad de alojamiento de 230.000 camas (capacidad adicional de 160.000 camas, siendo 130.000 camas nuevas para el turismo de sol y playa, y 30.000 para el turismo cultural).
- Construir grandes complejos turísticos.
- Conseguir una entrada de divisas de cerca de 80.000 millones de dirhams (8.873 millones de dólares).
- Crear 600.000 nuevos empleos directos.
- Dar formación a 72.000 profesionales de turismo.
- Aumentar el porcentaje de gasto turístico sobre el PIB desde el 6.5% al 8.0%.

El programa Visión 2010, aunque no fue alcanzado con un éxito total, permitió aumentar en una década el número de turistas que recibió el país, así como la construcción de importantes proyectos y la apertura gradual del espacio aéreo, con el consiguiente aumento de vuelos internacionales.

El año 2010 fue beneficioso en casi todos los aspectos para el sector, registrándose aumentos en todos los indicadores. Según cifras de la Aduana marroquí 9.288.000 turistas traspasaron las fronteras del país (un 11% más que en 2009). Por países, los principales países emisores continúan siendo Francia y España, con el siguiente número de turistas que atravesaron las fronteras. Francia: 3.354.000 turistas (8% más que en 2009), España: 2.050.000 turistas (10% más que en 2009).

Visión 2020

La visión 2010 programada en la década 2010 terminó con varios proyectos pendientes (même si, durant cette période, l'implémentation de quelques uns des éléments du dispositif stratégique est restée en deçà des attentes ou des objectifs vision 2020 page 28.) sobre todo algunos relacionados con el plan azul, por eso se presentó la visión 2020 con el objetivo de seguir desarrollando las realizaciones de la visión anterior y dar un impulso mayor al sector turístico. En general se pretende duplicar el

número de camas y de hecho alcanzar 18 millones de turistas al horizonte de 2020 y poner a Marruecos entre los primeros veinte destinos turísticos mundiales.

Mediante la visión 2020, Marruecos desea continuar haciendo del turismo uno de los instrumentos de desarrollo económico, social y cultural, disfrutando de los cambios y de las transformaciones de los últimos tiempos, de las aportaciones sólidas de la visión 2010 y de las oportunidades ofrecidas por las tendencias nuevas del turismo mundial que han permitido que el turismo marroquí se alimentara de grandes ambiciones basadas sobre los valores fundamentales y los puntos de diferenciación:

1-La autenticidad: es un papel primordial, lo utiliza el país con el fin de desarrollarse y posicionar su marca y diferenciarla de la de los países concurrentes directos: La autenticidad de su patrimonio natural y cultural hace que el reino la tenga en consideración en sus políticas y estrategias a largo plazo, por la ventaja competitiva que tiene ese elemento en el turismo.

2-La diversidad: es un elemento comparativo, la visión 2020 valorizará la diversidad de los recursos naturales y culturales, teniendo en cuenta las influencias africanas y europeas, a través de una política de planificación territorial de todo el país.

3-La cualidad: la visión 2020 ambiciona mejorar de una manera significativa la competitividad del sector turístico, por eso las autoridades tendrán en cuenta ampliar los servicios de cualidad y desarrollar una oferta completa de animaciones.

4-La durabilidad: conforme a las orientaciones generales del Estado, la visión 2020 pone el desarrollo sostenible en el centro de sus objetivos.

Los objetivos principales de la visión 2020 son los siguientes:

- Duplicar la capacidad de alojamiento turístico, con la construcción de 200.000 nuevas plazas de los cuales, 160.000 son camas hoteleras y 40.000 Residencia Inmobiliaria de Promoción Turística (RIPT).
- Duplicar el número de turistas internacionales para alcanzar 20 millones de turistas en el horizonte 2020.
- Triplicar el número de viajes aéreos nacionales.
- Crear 470.000 nuevos empleos directos.
- Aumentar los ingresos por turismo hasta alcanzar los 140 millones de dirhams en el horizonte 2020.
- Incrementar la participación del PIB turístico en el PIB nacional en dos puntos.

Para lograr la totalidad de esos objetivos, la visión 2020 se basa en la participación sólida del sector público y privado, dirigiendo sus esfuerzos hacia cuatro ejes principales:

La regionalización :

Teniendo en cuenta las características urbanas y geográficas de cada zona, la visión 2020 pone en marcha el principio de la territorialidad escogiendo ocho zonas para valorizar la riqueza de cada una y de hecho centrarse en un tipo de turismo. Para cada territorio se le han previsto unos objetivos en términos de empleo, número de camas, así como ingresos a generar en el horizonte de 2020 (informe de la oficina 2011).

Dos territorios fueron definidos en el litoral atlántico y mediterráneo:

1. “Souss-Sahara atlántica”, reúne los sitios de Agadir (abarcando el interior), de Laâyoune y de Guelmim.

2. “Marruecos mediterráneo”, que reúne los sitios de Saïdia, Marchica y Cala Iris.

Cuatro otros territorios fueron colocados en una oferta mixta, cultural y balnearia:

3. “Marrakech Atlántico”, centrado en las ciudades de Marrakech, de Toubkal y de Essaouira.

4. “Marruecos Centro”, es la destinación del viaje a las fuentes de la cultura y de la historia y del bienestar, gracias en gran parte a una complementariedad fuerte entre las ciudades de Fez, Mequínez e Ifrane.

5. “Cabo norte”, que reúne Tánger, Tetuán, Chefchaouen, Asila y Larache.

6. “Centro Atlántico”, incluye Casablanca, Rabat y El Jadida.

Por último, dos territorios están destinados a convertirse en los escaparates de Marruecos en materia de desarrollo sostenible:

7. “Gran Sur Atlántico”, centrado alrededor del sitio excepcional de Dakhla.

8. “Atlas y Valles”, centrado en Ouarzazate, los valles y el oasis, así como el Alto Atlas.

territorio	Compuesto de	Tipo de turismo	Empleo	N de camas	ingreso	N de turistas
Sáhara Sur Atlántico	*Agadir y su territorio interior *El Aaiún, *Guelmim.	desierto, atlántico y clima soleado.	181.245	109.700	28.500 millones de dh	3,9 millones
(Marrakech Atlántico)	Marrakech, Toubkal y Essaouira	Marruecos chic y auténtico./modernidad y tradición	166.007	86.000	26.200 millones de dh	3,6 millones
Centro Atlántico	Casablanca, Rabat y El Jadida.	Negocios y entretenimiento	179.630	39.300	24.100 millones de dh	3,8 millones
(Atlas y los Valles)	Ouarzazate, valles y oasis, Alto Atlas	Ecoturismo y desarrollo sostenible	80.737	26.600	13.000 millones de dh	1,9 millones
(Gran Sur Atlántico)	Dakhla	Naturaleza, playas y nichos deportivos	5.692	3.800	819 millones de dh	114.000
Cabo Norte	Tánger, Tetuán, Chefchaouen, Assilah, Larache	Oferta cultural y balnearia exclusiva	128.020	43.300	19.700 millones de dh	2,77 millones

Marruecos Centro	Fès, Ifrane, Meknès	Cultura, historia y bienestar	128.973	36.300	19.200 millones de dh	2,79 millones
Marruecos Mediterráneo	Saïdia, Marchica, Cala Iris.	desarrollo sostenible y entretenimiento	44.401	27.300	6.000 millones de dh	921.000

Tabla 1 elaboración propia :según las informaciones de la visión 2020

Cabe señalar que la división del territorio turístico en 8 zonas se diferencia a las 12 regiones que componen administrativamente el país, a continuación se muestra un mapa que presenta la distribución territorial y regional de Marruecos

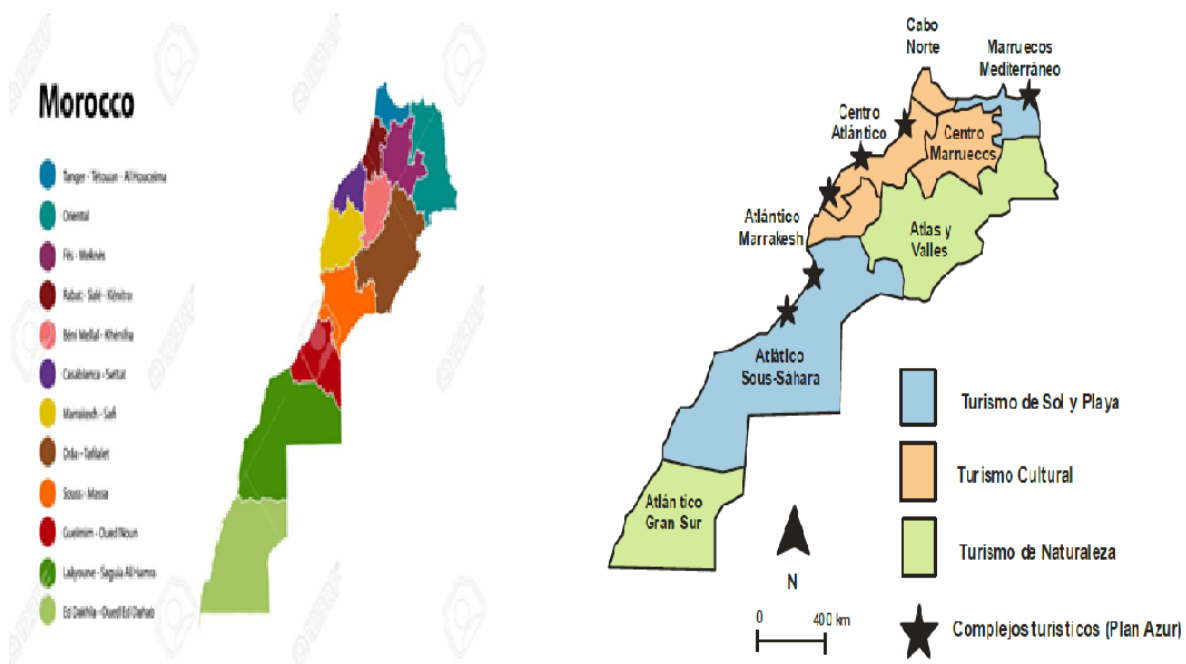


Ilustración2 territorio administrativo / territorio turístico

Diversidad y durabilidad:

Dentro del plan de la visión 2020 se han definido seis programas estructurales turísticos que se llevan a cabo en los 8 territorios, Estos programas privilegian el turismo sostenible y se centran sobre nichos con fuerte valor añadido. (Guash.S 2015).

En esta materia se prevé la aceleración de los proyectos estratégicos ya iniciados (Programa Azur 2020 y Biladi).

Azur 2020: Reequilibrar el turismo de sol y playa con el fin de proponer una oferta competitiva a nivel internacional

Turismo interno: Conocido como “Biladi” que permitirá responder a las expectativas de los marroquíes ofreciéndoles un producto adaptado.

Patrimonio y Herencia- Patrimoine et Heritage: Manifiestar la identidad cultural de Marruecos a través de la estructuración y puesta en valor del patrimonio tangible e intangible.

Animación y Ocio – “Animation et Loisirs: tienen como objetivo crear una oferta de animación variada que completa las infraestructuras turísticas de base.

Negocio, Salud y Bienestar: Atraer un turismo de negocios y prolongar su estancia y hacer de Marruecos un nuevo destino internacional de bienestar y salud.

Eco/Desarrollo sostenible: que pretende valorizar las fuentes naturales y rurales manteniéndolas preservadas.

Financiación de proyectos turísticos:

Desde la creación de los centros regionales de inversión en 2002 , las inversiones extranjera en Marruecos se habían aumentado considerablemente gracias a la política que siguió el Estado facilitando el proceso administrativo. Lo que permitió dotar a Marruecos de un entorno favorable de negocios y de un marco muy atractivo para la inversión extranjera, así que las empresas turísticas gozan de beneficios fiscales como la facilidad de la compra de terrenos, prestamos con un bajo interés, exoneración de impuestos durante unos años, subvenciones estatales, exención de pago de los derechos de aduana. Además, otros organismos de gestión y administración han sido creados bajo la Visión 2020 para acompañar las inversiones necesarias para lograr los objetivos definidos en dicho Plan:

Fondo Marroquí de Desarrollo Turístico (FMDT) :

Es una institución pública destinada a facilitar el acceso a la financiación y a acelerar la realización de los proyectos, Está constituido mediante una participación conjunta entre el Estado y el Fondo Hassan II con un capital de 15.000 millones de dirhams para un periodo de 10 años. Este fondo se ha centrado en el apoyo a empresas que desarrollan proyectos turísticos estratégicos y grandes actuaciones en este campo.

El fondo multinacional de inversiones “Wessal Capital:

Es un consorcio de 4 fondos soberanos originarios de Kuwait, Emiratos Árabes Unidos, Qatar y Marruecos. La inversión total en capital social es 2.500 millones de euros. Otros países como Singapur o Malasia e incluso Estados Unidos han manifestado su interés para invertir (informe 2011) Esta nueva situación financiera presenta un notable cambio con respecto a la Visión 2010: la grave crisis económica de los países europeos (Chahine 2016). El 24 de noviembre de 2011 se firmó el acuerdo con el fin de establecer una estructura destinada a la financiación de los distintos proyectos turísticos estratégicos. Los entes que forman parte del fondo son:

- 1) Al Ajial Investment Fund Holding, un fondo de inversión de “Kuwait Investment Authority” (KIO).
- 2) Aabar Investments PJS, una subsidiaria de la compañía “International Petroleum Investment” (IPIC), que es propiedad del Gobierno de Abu Dhabi.
- 3) Qatar Holding LLC, el fondo soberano de inversión de “Qatar Investment Authority”.
- 4) Fonds Marocain de Développement Touristique, el FMDT es el patrocinador marroquí de Wessal Capital.

Arabia Saudita, ha mostrado su interés para ser parte de Wessal Capital mediante su unión a la participación en proyectos estratégicos de Marruecos, por eso los responsables de ese país asistieron a la ceremonia que tuvo lugar en 2014 para la

firma del proyecto de “wessal Casablanca” con un coste de unos 530 millones de euros y en un periodo previsto de 7 años , se llevará a cabo en una superficie global de 12 hectáreas, donde se levantará un nuevo centro urbano que contará con una zona residencial de lujo y un espacio dedicado a las oficinas que rodearán la marina, Además, se abrirán comercios para residentes, peatones y turistas, y tampoco faltarán en este espectacular puerto, hoteles, parques, una ciudad de la y una biblioteca científica con un centro cultural .

Un 30% de la superficie del proyecto estará reservado a los espacios públicos y verdes que acogerán actividades culturales o festivales, y que se conectarán con la nueva estación de tren y el tranvía de Casablanca. Por otro lado, está previsto rehabilitar la antigua medina de Casablanca, con el objetivo de preservar este patrimonio cultural e histórico.

Formación y nuevas instituciones:

La formación será sin duda uno de los elementos clave del sector en Marruecos. Por lo tanto, es fundamental educar y formar al personal del sector para que en el futuro sea capaz de responder de forma correcta a las expectativas del turista. Con la creación de nuevas generación de escuelas de excelencia según un modo de gestión innovador como la Escuela de Gestión Hostelera y otras escuelas de referencia en la formación de técnicos y técnicos especializados en hostelería, restauración y turismo a nivel de cada territorio de los 8 antes citados.

Para consolidar el posicionamiento de ISITt (Institut Supérieur International du Tourisme de Tanger) nacionalmente y a nivel del continente africano como referencia, el instituto entrará en colaboración con l’Instituto Paul Bocuse para la gestión hostelera y restauración y con las universidades de Harvard y de Toronto para la creación de un centro de investigación y desarrollo en turismo sostenible.

Con el fin de llevar a cabo el plan de la visión 2020, se han producido nuevos cambios en la gestión administrativa , por eso se previó crear dos instituciones para la coordinación y la gestión del plan:

Haute Autorité du Tourisme (HAT°):

Es una institución nacional, compuesta de representantes del sector público y privado y funciona como consorcio entre el Estado, los territorios y el sector privado con el objetivo de desarrollar las actuaciones del plan visión 2020, y de proponer las modificaciones necesarias .

Agencias de desarrollo turístico:

Para asegurar la regionalización de la política turística, las agencias regionales serán creadas reemplazando los CRT / CPT (Conseils Provinciaux / regional du Tourisme) con el fin de facilitar la toma de decisiones a nivel regional y nacional y encargarse de poner en marcha las actuaciones y orientar al sector privado.

Infraestructuras según normas internacionales:

Marruecos cuenta con infraestructuras de primer nivel, ante todo una infraestructura aeroportuaria densa y moderna: 17 aeropuertos internacionales operacionales, el surgimiento del aeropuerto Casablanca Mohamed V como el primer centro internacional de aeropuertos que presta servicios a destinos africanos. Marruecos también tiene una red de autopistas de más de 2000 km y una densa red ferroviaria que pronto se completará con la primera línea de alta velocidad de África entre las ciudades de Casablanca y Tánger. Además, Rabat y Casablanca cuentan con un transporte urbano complementado recientemente con una moderna red de tranvías. Por último, el Puerto Internacional de Tánger Med en el norte de Marruecos se encuentra entre los principales puertos africanos y entre los 30 mejores del mundo.(SMIT Morocco) (Société Marocaine d'Ingénierie Touristique).

Evolución turística en Marruecos:

Para poder abordar este apartado, hay que mencionar dos componentes claves que muestran la evolución turística en Marruecos, así se evalúa brevemente el crecimiento cuantitativo y cualitativo en términos de la demanda y de la oferta, lo que facilita entender bien las planificaciones estratégicas planteadas y las adecuaciones de los productos turísticos hacia los turistas.

1) La oferta:

La oferta de alojamiento turístico en Marruecos es variada. El país sigue aplicando el sistema de estrellas y otros criterios para clasificar los alojamientos, ya dispone de ciudades de vacaciones y residencias turísticas. Hay que destacar las nuevas formas de alojamiento turístico como los Riads y casas de huéspedes (maisons d'hôtes). Los alojamientos no clasificados o sin categoría existen en Marruecos, como las pensiones o los hostales, campings y albergues juveniles. En los últimos años, el país no cesó de apoyar los proyectos ligados al turismo rural, por eso se destaca cada vez más casas rurales y refugios.

A comienzo del año 2000 se resaltó un cambio en el panorama de la política turística. Las inversiones públicas junto con las incentivos a la inversión privada se tradujeron en un aumento del número de establecimientos de alojamiento, alcanzándose casi 215.000 plazas a finales de 2000 (CHAHINE 2016).

A finales de 2016, la capacidad de camas en alojamientos clasificados alcanzó 242624 cama con una suma de 11290 cama suplementaria en comparación con el año 2015. Los hoteles 3*, 4*, 5* y los hoteles club constituyen el 58 % del total de alojamientos turísticos clasificados.

En cuanto a la distribución en las regiones, la región Marrakech-Safi continua siendo la primera destinación turística del país, contiene el 33 % de la capacidad de camas a nivel nacional y acoge casi la mitad de los establecimientos clasificados (48 %) con más de 78000 cama y 1715 alojamiento (1340 maisons d'hôtes). La región Sousse Massa es la segunda posición con una capacidad de camas de 42000, lo que representa el 18 % de la capacidad en todo el país.

Aquí presentamos la evolución del alojamiento turístico desde el 2010 hasta 2015 según las estadísticas del ministerio de turismo.

Tabla 2 capacidad de alojamiento 2010-2015

Région	Variation absolue			Variation relative		
	Établissements	Chambres	Lits	Établissements	Chambres	Lits
Marrakech-Safi	696	8 146	17 324	68%	29%	27%
Sous-Massa	91	3 700	9 588	65%	26%	29%
Fès-Meknès	192	3 039	7 722	106%	46%	56%
Tanger-Tétouan -Al Hoceima	111	2 758	5 858	76%	36%	37%
Grand Casablanca-Settat	47	2 088	4 298	36%	23%	24%
Oriental	52	1 522	3 958	106%	46%	56%
Drâa-Tafilalet	148	1 758	3 849	87%	26%	31%
Béni Mellal-Khénitra	94	650	1 892	149%	39%	55%
Rabat-Salé-Kénitra	25	565	1 144	47%	16%	16%
Laâyoune-Gakia Al Hamra	31	539	972	182%	81%	73%
Guelmim-Oued Noun	21	204	418	81%	43%	42%
Oued Ed-Dahab	5	108	214	71%	39%	33%
Total	1 513	25 053	57 315	76%	31%	33%

2) La demanda: las llegadas, las pernoctaciones:

Desde 2002, las llegadas de los turistas internacionales han conocido un crecimiento destacable. En su mayor parte (casi el 60%), se trata de turistas procedentes de los dos países europeos con los que mayor contacto económico, cultural e histórico tiene Marruecos, es decir Francia y España, los marroquíes residentes en el extranjero (MRE) suponen un número considerable. Así que en 2016 Marruecos recibió 10.331.731 turistas internacionales, en los cuales 5.103.204 eran extranjeros. Los turistas franceses representan casi el 20% de la clientela, han sido siempre y siguen siendo la principal clientela de Marruecos tanto por sus lazos históricos como por su proximidad. Los turistas provenientes de los países árabes / asiáticos (china...) constituyen un ejemplo de los mercados emergentes. Según la OMT 2015) Marruecos se mantiene como el primer destino de África en recepción de turistas y el segundo por ingresos tras Egipto.

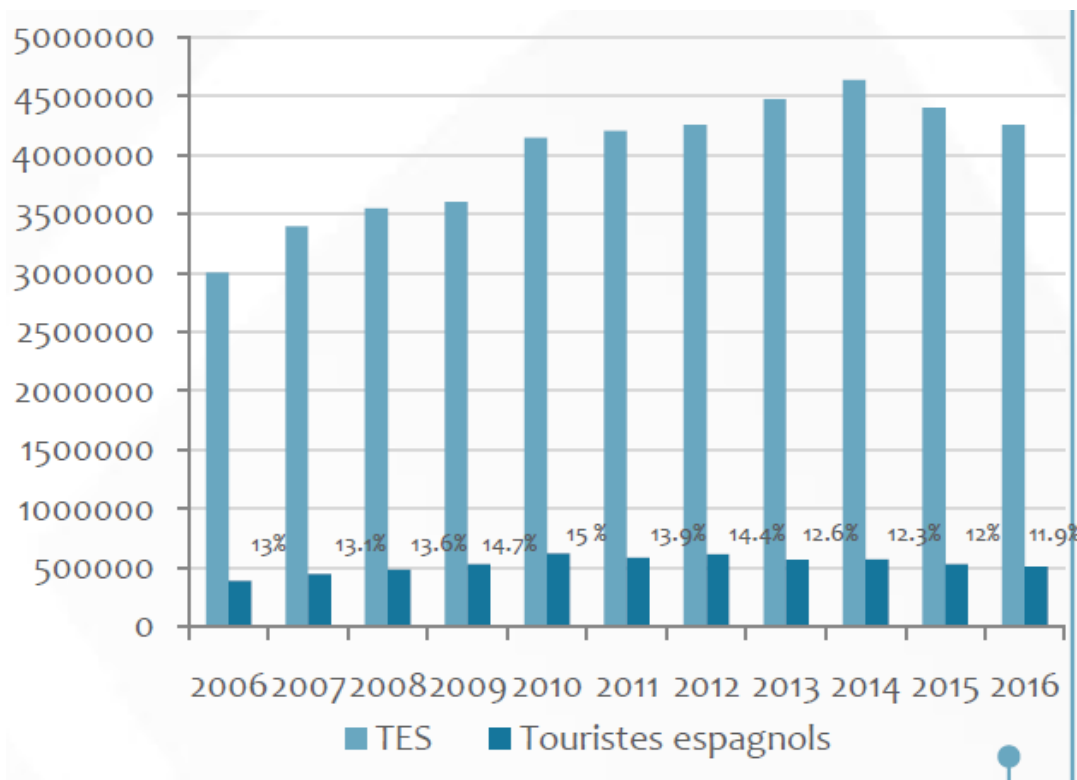
2.1 Análisis del mercado español:

Comportamiento y organización de viajes:

Según los datos ofrecidos por el observatorio de turismo marroquí, presentamos abajo informaciones generales sobre el comportamiento de los turistas españoles :

- En 2015 casi el 68% de adultos españoles se han ido de viajes por razones personales o de negocio , el 13% han realizado viajes en países no europeos
- El 37 % han viajado principalmente en 2015 para aprovechar el sol y la playa
- 38 % afirmaron que tienen la intención de volver al mismo sitio por razones ligadas a la naturaleza (paisajes, clima..)
- 56% de turistas españoles basan su elección en las recomendaciones de familia y amigos .
- 31 % de los turistas españoles han reservado sus viajes a través de páginas web comerciales (agencias de viaje, compañías aéreas...)
- 70% de los turistas españoles viajan para una estancia de 4 a 13 noches .
- Durante sus principales viajes el 36 % de los españoles prefieren viajar en pareja.
- 92 % de los turistas españoles no han modificado la destinación elegida, ni sus planes de viaje.

En cuanto a los turistas españoles que visitan Marruecos, se puede decir que en los últimos años se nota una bajada de llegadas como lo muestra el diaporama abajo. En general el número de los turistas españoles ha pasado de 389.747 a finales de octubre de 2006 a 504.592 llegadas a finales de octubre del 2016 registrando un aumento anual medio de 2.6 % en el periodo entre 2006 y 2016. Comparando las llegadas del 2016 y 2015 se observa una bajada de 4.4 %. Las llegadas de los turistas de los españoles continúan bajando representando a finales de octubre de 2016 un 11.9 % del conjunto de los turistas extranjeros.



Ecuación 1 las llegas de los españoles: fuente observatorio de turismo en Marruecos

A finales de octubre del 2016 las pernoctaciones de los españoles en alojamientos marroquíes fueron 508.561 noches . Marrakech y Tánger fueron los destinos preferidos. La mayoría de ciudades marroquíes han conocido una bajada de llegadas comparando con el 2015 así que Marrakech, Fes, y Tánger han registrado respectivamente (-7%),(-22%) y (-8%).

Respecto a la preferencia de alojamientos clasificados, las estadísticas muestran que el 33.9 % de los turistas españoles prefieren hoteles de 4 estrellas, seguidos de hoteles de 5 y 3 estrellas. Sus estancia media es de 5.3 días con un crecimiento notable comparado con el mismo periodo del año 2015.

Hablando de como los españoles organizan sus viajes al reino vecino, el 23 % de ellos se informan en internet sobre el país, también el 23% se fían de las

recomendaciones de amigos y familiares que tuvieron la misma experiencia. El 29% de los españoles visitan el país por motivos de proximidad y de descubrimiento de la cultura. De hecho el 21 % visitan monumentos y museos.

Los gastos diarios de los españoles en Marruecos son de 50 euros por día frente a 80 euros que gastan el resto de los turistas extranjeros, los españoles dejaron una suma de 280 millones de euros en 2016 declarando (88.8%) que están satisfechos y muy satisfechos de su experiencia en Marruecos.

Satisfacción de servicios turísticos :

Transporte en Marruecos

Taxis: 50.4 %

Transporte público urbano: 40 %

Alojamiento

Comodidad: 65%

Recepción y servicios :64.9%

Calidad y precios: 59.3 %

información turística

documentación 75.1%

señalización de sitios 77.3 %

ocio y animación

diversidad de la oferta: 66.8 %

calidad de la oferta: 64.4 %

2.2 El comienzo y la evolución del voluntariado

Desde hace muchos años la sociedad civil marroquí organiza campos de voluntariado donde participan e intercambian ambos sexos, de las dos orillas del mediterráneo su saber hacer a favor poblaciones necesitadas a pesar de sus diferencias de raza ,etnia, religión... Esa forma de trabajo no es nueva en la sociedad marroquí ya que en las comunidades rurales es una hábito enclavado, llamado en bereber “tiwizi” que significa la ayuda mutua de las poblaciones en las montañas y que incluye la realización de proyectos como el arreglo de carreteras, creación de pozos, recolección en la temporada de la cosecha. A partir de 1957, un año después de la independencia del país, esa forma tradicional de solidaridad entre los pueblos comenzó a estructurarse. sobre todo, cuando se empezó a construir la carretera “ alwahda “ que

une Taounate y ketama a lo largo de 80 km y que duró 4 meses desde julio a octubre de 1957. Cabe resaltar que este proyecto lanzado mediante un discurso del rey Mohamed V, se caracterizó por la participación de 12.000 jóvenes provenientes de todas las regiones y que recibieron clases pedagógicas y de civismo así como instrucción militar.

Desde 1957, se crearon diversas asociaciones de voluntariado, lo que fue la razón por la cual se creó la unión marroquí de asociaciones de campos (UMAC) en 1963, y que reagrupó en aquel momento 5 asociaciones acabando siendo 9. Se puede decir que la UMAC fue la primera red nacional del voluntariado, y que contribuyó a varias manifestaciones regionales, nacionales e internacionales, como la constitución UMAV((l'union Maghrébine des associations de Volontariat.) en 1995 en Rabat con la participación de la asociación argelina Touiza y la asociación de trabajos voluntarios de Túnez. A nivel nacional se creó AAUI (los amigos de acción de urgencia internacional,) que es una filial de la AUI en Marruecos. Esta asociación pretende formar a los voluntarios para intervenir en los momentos de catástrofes. Entre sus acciones humanitarias citamos la intervención en el terremoto de México en Septiembre del 1985, en las inundaciones en Bangladesh en 1987 y varios intervenciones en Europa. A nivel nacional la participación en la ayuda en el terremoto de Alhucema. Esta asociación es un miembro activo de CCSVI (El cuerpo de Coordinación de servicio voluntario internacional), que es un órgano del UNESCO y lo forman 130 países.

Actualmente existen varias asociaciones (con o sin ánimo de lucro) que se dedican al voluntariado, aquí presentamos las más relevantes y que tienen una trayectoria conocida a escala nacional e internacional.

2.3 Las asociaciones nacionales:

Asociaciones y año de creación	Numero de filial	Misión y actividades	Pagina web y contacto
CJM (chantiers des Jeunes Marocains (1961)	Mas de 46	<ul style="list-style-type: none"> - organización de campos de voluntariado - intercambio entre jóvenes nacionales e internacionales -formación de los miembros de la asociación - sensibilización y protección del medio ambiente -realización de proyectos para el desarrollo sostenible 	<p>cjm.org.ma</p> <p>email: cjm.volontariat@gmail.com</p>
CSM (chantiers Sociaux Marocains	Mas de 60	<ul style="list-style-type: none"> - voluntariado social , cultural, - el intercambio cultural entre los países , y el establecimiento de amistad y de paz entre las naciones. -Sensibilización en el dominio del ambiente -respeto y desarrollo de los principios nacionales y humanitarios . -organización de actividades educativas para los jóvenes y los niños . 	<p>http://www.csmmorocco.org</p> <p>Email: esm_morocco@yahoo.fr</p>
ACDM (association Chantier de Developpement au Maroc(1958)	36	<ul style="list-style-type: none"> -Establecimiento de encuentros deportivos , culturales, y artísticas -Organización de colonias a favor niños y jóvenes -Contribución a la protección del medio ambiente, a lucha contra inalfabetización a sensibilización en el dominio de la sanidad 	<p>Email: dashiy3@yahoo.fr</p>
AMT (Associacion Mouvement Twiza) 1985	40	<ul style="list-style-type: none"> Contribuir al desarrollo de condiciones de vida de las poblaciones desahuciadas y promover la implicación de jóvenes en el desarrollo sostenible. -formación/información , sensibilización -infraestructuras de base . -juventud y desarrollo. 	<p>Email: amtwiza@menara.ma</p>

ATVC (association de trabajo voluntario y cultural	31	-Elaboración de talleres pedagógicos en colaboración con escuelas publicas - organización de actividades, formaciones a favor los miembros de la asociaciones -organización de encuentros culturales y artísticos	Email: atvc.haym ohamadi@voila.fr
---	----	---	-----------------------------------

Tabla 3 elaboración propia: fuente web, las asociaciones nacionales

3. El turismo en Errachidia:

3.1 El contexto geográfico y económico

La región del gran Tafilalet, provincia de Errachidia, es una de las más brillantes regiones históricas de Marruecos; abriga la antigua ciudad Sijilmasa, cuna de la dinastía Alauí. Ocupa la frontera sureste de Marruecos y se extiende sobre una extensa superficie que alberga todos los contrastes de la naturaleza: las vastas extensiones desérticas, los palmerales verdosos, las altas montañas y dunas de arena, lo que la convierte en una zona verdaderamente pintoresca y muy apasionante, que ejerce un gran atractivo sobre sus visitantes.

Esta provincia es un mosaico de hombres y de tradiciones, una mezcla de grupos étnicos diferentes: los árabes llegados de la península árabe, los africanos de origen subsahariano y los Amazighs, la población aborigen del norte de África.

La ciudad de Errachidia fue creada el 2 de diciembre de 1959 bajo el nombre de “ksar-es-souk”, según el decreto 1-76-468 la ciudad cogió el nuevo nombre en 1976, situada en la comunidad autónoma de Draa Tafilalt. La provincia d Errachidia cuenta con 418. 239 habitantes de los cuales 194. 084 están en entornos urbanos y 224. 367en zonas rurales, según los datos de “HAUT-COMMISSARIAT AU PLAN”. Geográficamente la provincia de Errachidia cubre una superficie de 60.000 km², representando el 8,44% de la superficie total de Marruecos. Es una de las mayores provincias después de Boujdour y Smara. Su densidad es de 8,7 habitantes/km². Se compone de 4 aldeas (Errachidia , Erfoud , Rissani y Goulmima) , está delimitada:



Ilustración 3 provincia de Errachidia: fuente web

- Al norte por la provincia de Midelt.
- Al noreste por provincia de Figuig.
- Al sur y al sureste por Argelia
- Al oeste por las provincias de Tinghir y Zagora.

3.2 Las características turísticas de la provincia :

Los productos turísticos en Errachidia

Los atributos turísticos de la provincia de Errachidia son muchos, una multitud de sitios variados y paradójicos: picos nevados, altas montañas, dunas mágicas de Merzouga, palmerales de los valles a lo largo del camino del Wadi: Ziz, Ghri y Guir constituyen el gran oasis de Tafilalet.

Debido a su glorioso pasado histórico, la provincia de Errachidia ofrece una inmensa riqueza tanto cultural como arquitectónica y urbanística, lo que demuestra la grandeza de la civilización experimentada en esta región y que se caracteriza por un patrimonio fabuloso que consiste en ksours y kasbas, monumentos históricos y mausoleos.



La vocación turística de la provincia se ve confirmada por la riqueza de las artes populares y el folclore, pero también y especialmente por la cantidad y diversidad de sitios turísticos. Como resultado, el producto turístico se divide en cuatro temas principales, a saber:

El turismo cultural:

El turismo cultural en Errachidia se manifiesta en el patrimonio arquitectónico y urbanístico ilustrado por las kasbahs y los ksours, por la riqueza de tradiciones y

costumbres observadas a nivel de diferentes tribus de la región, lo que ha contribuido al enriquecimiento de la civilización que conoció la gran Tafilalt origen de la dinastía alauí y cruce del comercio de caravanas pasando por la Sijilmasa hacia África. Alberga un número importante de monumentos históricos :

- Mausolé Moulay Ali Cherif: este Mausoleo fue construido el año 1955 y reconstruido el año 1965 después de ser destruido por una crecida del río Ziz. Contiene un extenso corral, un patio y una mezquita . El Mausoleo toma el nombre de su fundador el sultán Moulay Ali Cherif y que alberga su tumba, constituye un punto de atracción religiosa, turística y cultural.
- Los ksours: Forman una cadena impresionante que bordea el valle de Ziz, Ghris y Guir en medio de exuberantes palmerales, Se caracterizan por algunos rasgos que les otorgan un valor excepcional, como su adaptación a las condiciones climáticas, su fusión e integración en el paisaje circundante.

Ksours	Descripción	
Meski	<p>Ksar Meski está levantado sobre una roca culminante en la orilla derecha de Oued ziz de aproximadamente 17 km hacia Arfoud Constituye una obra maestra arquitectónica admirable. A pesar de que esas grandes murallas han sido construidas de piedra y barro, aún siguen resistiendo a los múltiples riesgos.</p>	
Boudnib	<p>Fue construido a finales del siglo XIV, este viejo ksar fortificado dispone de una entrada monumental, 5 torres, 3 pórticos, una mezquita con un gran minarete y una sala de reuniones</p>	

<p>Maarka</p>	<p>Un viejo palacio alauí situado en el centro del palmeral de Aoufous en la carretera que une Errachidia y Erfoud, este palacio fue construido en 1721. Ha sido distinguido por su autenticidad y por su puerta nominada Bab jdid dispuesto de un estilo decorado parecido a aquella puerta famosa de Bab Mensour en Meknes</p>	
<p>Maadid</p>	<p>Es un bello ksar situado a 5 km de Erfoud esta caracterizado por sus altas murallas, su puerta monumental e imponente y sus callejuelas muy estrechas.</p>	
<p>Abbar</p>	<p>El Ksar Abbar es una fortaleza que data del siglo XIX, sirvió en aquel momento como residencia de la familia real y a las mujeres de los sultanes alauitas fallecidos. Se puede admirar una impresionante puerta arqueada que da acceso a un gran patio con ruinas y dos torres de vigilancia</p>	
<p>El Fida</p>	<p>Situado aproximadamente a unos 4 km de Errissani, es uno de los más antiguos ksours Alauita, alberga una kasbah rodeada de numerosas habitaciones y una mezquita publica. Estaba en la dirección política de la región, hoy día esta restaurado y transformado en un museo.</p>	



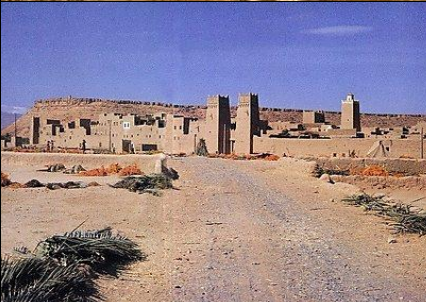
Oulad Abdelhalim	Situado a 4 km al sureste de Rissani. Fue construido en 1263 por el sultan Mohamed ben Abderrahmane y fue habitado por su hijo My Rachid. Este último lo convirtió en un centro administrativo y judicial y el lugar del consejo de guerra.	
EL khorbat	Es un antiguo ksar, un pueblo fortificado de tierra cruda, construido a mediados del siglo XIX y recientemente restaurado gracias a la cooperación internacional. La mitad de las casas de El Khorbat continúan habitadas. Otras han sido rehabilitadas con diferentes funciones, como alojamientos para viajeros, un museo y un taller de artesanía femenina	
Igoulmimen	Ksar Igoulminn, una aldea amurallada dominada por dos torres donde viven unas trescientas personas. Es un mundo particular, con sus callejas interiores que forman un laberinto muy simétrico.	

Ilustración 4 los ksours en Errachidia: elaboración propia

Los museos:

A pesar de todo el potencial histórico y cultural que dispone la provincia, Errachidia carece de lugares para proteger y preservar su patrimonio, como el caso de los museos. Los pocos que están en la región son privados, es decir que fueron montados por gente local sin subvenciones estatales, con la finalidad de crear proyectos comerciales y también fomentar la cultura saharauí y presentarla a los visitantes, entre los museos más destacables en Errachidia presentamos:

Museo Fuentes de Lalla Mimouna: está a unos 9 kilómetros de la ciudad de Tinejdad (80 km de Errachidia), es un lugar para conocer la vida de los bereberes de la zona en profundidad, un museo al aire libre realmente diferente, un museo en el que se puede ver

una rica colección de objetos variados, herramientas y objetos relacionados con la agricultura, objetos de bronce, piezas de cerámica, herramientas de construcción, libros de oración. Se puede visitar el museo de 9 a 18 horas a lo largo de la semana, aprovechando la visita a Tinejdad . El precio de la entrada es de 50 dirhams (4,6 euros)

El Museo de la Cultura Nómada: Entra dentro de la red de Turismo Responsable del Erg Chebbi. Fue construido en 2014 con la colaboración de la asociación valenciana Jarit. El museo respeta los modelos arquitectónicos locales. Su pequeña torre se desmarca como una referencia para el pueblo de Hassilabiad y simboliza el edificio. El museo de la Cultura Nómada permite al visitante sumergirse dentro de la vida bereber siguiendo conceptualmente un día en la vida nómada.

Museo de Fósiles : se encuentra en la carretera de Rissani, de entrada gratuita y exposición para venta, con gigantes esqueletos como reclamo en su entrada. En este lugar, se puede observar una amplia colección de todas las criaturas que habitaron el mar antes de extinguirse. El museo, además, cuenta con una extensa colección de minerales y numerosas reproducciones de esqueletos completos cuyas partes han sido halladas en esta zona.

El Museo de los Oasis: Abierto en noviembre de 2002, el Museo de los Oasis ocupa un conjunto de tres casas restauradas en el interior del ksar El Khorbat Oujdid, con una superficie cubierta total de 600 m² repartidos en 3 niveles.

El Museo de los Oasis incluye 22 salas, cada una de ellas dedicada a un aspecto concreto de la vida tradicional en los oasis del sur del Gran Atlas y expone:

711 antigüedades y objetos de uso tradicional, 49 fotografías explicativas, 33 fotografías históricas, 17 planos y croquis, 14 maquetas y reproducciones, 6 mapas temáticos y cuadros explicativos .

El turismo de desierto y de oasis :

El espacio sahariano, ubicado en el sur de la provincia de Errachidia, con sus oasis y cabañas con sombra, es un producto original y muy popular, forma parte del turismo

ecológico, hoy en día es un producto de moda dictado por la necesidad de la aventura y el descubrimiento de la naturaleza expresado por el turismo internacional:

Fuente azul de Meski: situada frente a ksar Meski , esta fuente sale de una cavidad rocosa y alimenta una piscina. La fuente ocupa el centro de un palmeral inmenso y bello donde se puede aprovechar para hacer excursiones .

Azoteas y palmeral de Oulad Chaker: situada aproximadamente a unos 30 km de Errachidia, la azotea ofrece una estupenda vista sobre el valle de Ziz, un panorama magnífico donde se puede admirar el contraste del color verde y el color ocre de la arcilla de sus casas .

Las dunas de Merzouga: Es un extensión de 5 km de anchura y 20 km de longitud con muchos pequeños oasis y atravesados por dunas altas que pueden alcanzar 150 metros. La salida y la puesta del sol desde las dunas ofrece una maravillosa vista a los visitantes.

El palmeral de Tafilalet: Es uno de los grandes palmerales de Marruecos, con sus 40 pueblos de alrededor, constituye un circuito turístico que se puede hacer a pie, con moto o con camellos.

Lago Dayet Serji / lago Yasmina: Situados en Merzouga, conocidos por su biodiversidad, esta reservas naturales dan refugio a muchos pájaros migratorios como los flamencos rojos, los patos silvestres y otros.

Khetarras de Jorf: Khetara es un sistema de riego impresionante que permite guiar el agua por canales subterráneos, es una institución social y patrimonio cultural. Este tipo de instituciones se apoya en los derechos musulmanes y las reglas habituales que dan privilegio a la concertación y la solidaridad.

Oasis Ferkla: es un oasis que se extiende al borde de tres oueds (Sett, Ferkla, Tangarfa) estos tres oueds representan el 80 por ciento del recurso hídrico de los palmerales de Ferkla donde se encontramos millones de palmeras datileras.

Oasis Ghris: es un oasis maravilloso que se bordea por oued Ghris y oued Boukhazem. En ese oasis se recogen cosechas de dátiles y aceite de oliva que generan ingresos importantes

Fuentes Tifounassine: Situadas a unos km al norte de Goulmima en la carretera de Tadoughst, las fuentes de Tifounassine continúan vertiendo generosamente sus aguas para apagar la sed del oasis de Ghris y garantizar su fecundidad .

Turismo sanitario: Termalismo y arenoterapia:

La provincia dispone de varias fuentes termales, principalmente “Hammat Moulay hachem y Hammat Moulay Ali Cherif”, a la vez las dunas de Erg chebbi (Merozouga) están frecuentadas cada vez más por parte de visitantes nacionales e internacionales para tomar baños de arena.

Turismo relacionado con la industria cinematográfica :

Durante los últimos años la industria cinematográfica se ha desarrollado bastante en la región de Errachidia, especialmente en Erfoud y Merzouga siguiendo los mismos pasos de Ouarzazate (que pertenece también a la comunidad autónoma de Dara Tafilaleet. Sus atributos arquitectónicos, culturales, sus paisajes desérticos y su diversidad cultural, todo eso hace de la región un destino ideal para realizar películas de largometraje. Las obras realizadas son muchas como las tres partes de “La momia”, “Alexandre”, “Tesoros del Atlas” “ Marrakech”, un thé au Sahara...

Las infraestructuras turísticas en Errachidia:

La provincia de Errachidia dispone de 204 establecimientos clasificados y no clasificados que ofrecen una capacidad de alojamiento de 3.421 habitaciones o 7.400 camas y 1.224 ubicaciones , se distribuyen de la siguiente manera:

- 117 establecimientos clasificados en la categoría de hotel, hostel, alojamiento y casa de huéspedes con una capacidad de 2.623 habitaciones y 17 Khaima o 4.426 camas y 174 ubicaciones.

- 87 establecimientos no clasificados en la categoría de hotel, hostel y alojamiento con una capacidad de 798 habitaciones y khaimas o 1.770 camas y 1.200 ubicaciones.

Además, cabe señalar que esta provincia tiene varios sitios para campamentos llamados (Bivouacs), el número de organizadores de campamentos registrados por esta delegación en la provincia de Errachidia son seis.

Categoría	Unidades	habitaciones	camas
Hoteles clasificados	43	1653	2508
Albergues clasificados	34	724	1486
Gites clasificados	28	173	242
Casas de huéspedes clasificadas	07	70	163
Campings	4	17	174
Residencias	1	3	27
Sub total	117	2623 habitaciones y 17 jaimas	4426 camas y 174 ubicaciones
Hoteles no clasificados	11	160	300
Albergues no clasificados	68	608	1397
Gites no clasificados	4	30	73
Campings no clasificados	4	1050 ubicaciones	
Sub total	87	798	1770
total	204	3421	7400 camas y 1224 ubicaciones

Tabla 4 alojamiento en Errachidia: fuente la delegación de turismo

Según las estadísticas de la delegación de turismo, los turistas, en una gran parte, se alojan en hoteles de 3 y 4 estrellas. Un total de 22.870 llegadas se registraron en cuatro meses en la provincia, generando 30.939 pernoctaciones, un aumento de 48 y 46 % respectivamente en comparación con el mismo período en 2015.

Las últimas estadísticas de la acumulación de asistencia turística en Errachidia entre enero y mayo de 2017 muestran un cambio de los dos principales indicadores. Esto indica una evolución de + 28% en términos de llegadas y + 31% en términos de pernoctaciones en comparación con el mismo período en 2016.

En cuanto a las nacionalidades, las estadísticas de la delegación provincial muestran que los turistas no residentes acumulan 20.563 pernoctaciones de enero a abril de 2016 y de este total, los españoles llegan a al máximo con 4.096 pernoctaciones, seguidas por los turistas alemanes 3.953 noches. Para los turistas residentes, el número de noches registradas es de 10.376, según la misma fuente. (le Matin 2016).

<https://lematin.ma/express/2016/nette-evolution-du-secteur-a-errachidia/253310.html>

En 2016, los establecimientos de alojamiento clasificados en la provincia de Errachidia mostraron una disminución de 38 % a nivel de llegadas y de 36 % a nivel de pernoctaciones, en comparación con el año 2015. Las llegadas de turistas fueron del orden de 53.194 en 2016 (86.469 en 2015) y noches 75.718, contra 117.654 en 2015.

En 2017 los establecimientos de alojamiento clasificados registraron un + 31% de cambio en las pernoctaciones a nivel provincial. Pero parece que este flujo importante no es suficiente para hacer de Errachidia un destino turístico competitivo, donde la estancia no dura más que una noche. "Muchos proyectos están en marcha o planificados como parte de la nueva versión de Visión 2020 para la región (l'economiste 2017)

[http://www.leconomiste.com/article/1016010-errachidia-cherche-un-nouveau-modele-touristique.](http://www.leconomiste.com/article/1016010-errachidia-cherche-un-nouveau-modele-touristique)







4. Hacia un turismo alternativo en Errachidia : el voluntariado








En este apartado, voy a presentar brevemente el origen del turismo y el voluntariado internacional en Errachidia, sus comienzos y de que manera se ha desarrollado.

Antes, la ciudad de Errachidia era solamente un punto de pasaje por ir a Rissani – Merzouga explorando el turismo sahariano o cultural , o a Midelt- imilchil (ahora no pertenecen a la provincia de Errachidia) para los aficionados al turismo de montaña y senderismo. Lo que afirma esta idea fue la escasez notable de albergues y hoteles en la ciudad. Se puede decir que Errachidia fue más bien un lugar para mochileros que hacen paradas para comer o coger el transporte público sea de ida o de vuelta (de Merzouga, Midelt). Desde 2001 la ciudad conoció un crecimiento considerable de alojamientos turísticos, gracias a las nuevas formas estratégicas del estado y a las facilidades financieras y administrativas proporcionadas. La mejora en las infraestructuras y el transporte público desempeñó un papel importante para que los turistas pernoctasen más en Errachidia. En cuanto al voluntariado, había casos individuales aislados en aldeas lejanas de Errachidia, por ejemplo los misioneros americanos de (Peace Corps Morocco) en Boudnid, o los franceses en las montañas de Imilchil o los españoles en Merzouga. Las tareas que realizaron son diversas entre sí, cuidar a los niños abandonados por parte de madres solteras, colaboraciones en hospitales , enseñar idiomas extranjeros, aprender el árabe , la dariya o el berber, aprender cosas básicas de la religión musulmana. Luego empezaron unas asociaciones nacionales y organizaciones internacionales a realizar proyectos sociales, culturales a corto o a largo plazo con la participación de voluntarios de Errachidia y extranjeros.

4.1 Las asociaciones:

No ha sido fácil divulgar todas las asociaciones que se dedican al voluntariado internacional en Errachidia porque ningún organismo puede ofrecer tal información, por eso hice una búsqueda en internet y básicamente en la redes sociales, sabiendo que una parte de esas organizaciones utilizan esa herramienta para captar nuevos voluntarios, los datos conseguidos no reflejan la legalidad de esas asociaciones ni siquiera la verdadera existencia :

Asociaciones Año de creación	logotipo	Misión y actividades	Pagina web y contacto
Elbassma (2008)		*Ser un referente en la localidad con capacidad de dar respuesta a las necesidades en materia de educación y de cultura Proporcionando actividades lúdicas, y de la educación formal, junto con la enseñanza de idiomas.	info@elbassma.org Tel:+34604299029
Hartafrica (2014)		* Realización de talleres de ocio y tiempo libre. * Enseñando y reforzando idiomas: inglés, francés y español * Decoración y mantenimiento de las escuelas	info@hart-afrika.org Tel: +34 636 7650 30
Ksar souk (2015)		* actividades lúdicas y pedagógicas * Enseñanza de idiomas: francés, ingles * Pintura y decoración de escuelas	info@ksarso.uk.org tel :+34637667136
Camino al sur (2008)		* Distintas actividades creativas y lúdicas, de ocio y tiempo libre con niños * concienciar de la importancia de cuidar y respetar el entorno. * viajes solidarios, talleres de fotografía	info@camino-sur.org Tel: +34 615605713
Iniciative without border (2012)		*ayudar a los niños del área de Tazouka en su desarrollo a través proyectos educativos y sociales	initiativeassociation@gmail.com tel: +212615444228
moroccotravels		* restaurar escuelas, decoración con dibujos y escritos de las paredes * trabajar con niños con Necesidades Educativas Especiales. * Deporte con niños. * Excursión a las montañas del medio atlas y al desierto * Enseñar de idiomas	contact@moroccotravels.org Tel: +212 616930093

Smile with nomads (?????)		<ul style="list-style-type: none"> *pintura y decoración de escuelas * enseñanza de inglés y francés *actividades lúdicas recreativas con niños 	info@smilewithnomads.org tel: +212671786619
Asociación del sur del trabajo voluntario y social(ASTVS) (2005)		<ul style="list-style-type: none"> *actividades para niños / aprender el árabe * decorar escuelas con bonitos dibujos *Apoyar proyectos de educación sociales y culturales de la región 	info@astvs.org tel : +212 535 5725 54
AmalTaznaqt		<ul style="list-style-type: none"> *Desarrollo social y cultural *Actividades con los niños * actividades relacionadas con la protección del medio ambiente. 	https://www.amaltaznaqt.org
Africa (2011)		<ul style="list-style-type: none"> *se centra en causar resultados positivos en los proyectos sociales y ambientales necesitados. *crear una comunidad multinacional con pasión por disfrutar, servir, aprender, entender, enseñar, inspirar e inspirarse. 	contact@associationafrica.org tel: +212671907376
Puerta del sur		<ul style="list-style-type: none"> *Enseñanza de idiomas. *Actividades lúdicas con niños en verano * la restauración y la pintura de escuelas 	info@puertadelsur.org tel: +212 678 836545
Educación estrellas (2017)		<ul style="list-style-type: none"> *la cooperación fundamental para el desarrollo humano y social. *proporcionar a la infancia y a su entorno nuevas experiencias enriquecedoras para ellos y su aprendizaje. *realizar talleres de higiene personal y actividades psicomotrices que ayuden al desarrollo de los niños. 	educandoestrellas@gmail.com tel : +212 667 609371
Caravana arte sin fronteras		<ul style="list-style-type: none"> * Animación con niños *Restauración y pinturas de escuelas *Actividades de arte y naturaleza 	http://acasf.org

Felicidad sin fronteras (2010)		<ul style="list-style-type: none"> * realizar actividades lúdicas con los beneficiarios, incluyendo diferentes talleres de ocio y tiempo libre. * Rehabilitación e Integración a las Personas con Discapacidad, * Enseñanza de Lenguas * Pintura y Decoración de Escuelas 	info@felicidadsinfronteras.org Tel :+34 655425373
Generación active (2011)		<ul style="list-style-type: none"> * favorecer el desarrollo de las regiones que sufren de pobreza y de falta de infraestructuras. * la organización de viajes solidarios y campos de trabajo * pintar y decorar las aulas * actividades de animación con juegos manuales y físicos. 	info@genactive.org +212 (0)6 68 22 15 58
Yasmina (¿?????)		<ul style="list-style-type: none"> * Actividades con los niños. * Enseñanza de idiomas * Pintar y decorar 	Contact@associationyasmina.org (+212) 6 34 31 36 95
Africa soy yo (2017)		<ul style="list-style-type: none"> * Enseñanza de idiomas * Actividades con los niños * Pintura y decoración 	soyyoafrica@gmail.com +212 618 13 76 73

Tabla 5 elaboración propia: fuente web

4.2 Actividades y estadísticas

En el marco teórico hemos señalado que el ámbito de acción se diferencia según los intereses y ambiciones de cada persona y que muchas veces el voluntario se ve metido en tareas diferentes al mismo tiempo, como lo ha mencionado Wearing (2001) poniendo de manifiesto los posibles entornos de actuación. La ley española del voluntariado de 2015 (texto consolidado) indica los 10 ámbitos donde realizar la acción voluntaria, solidaria, altruista. La persona puede elegir voluntariado ambiental, comunitario, cultural, deportivo, educativo, de ocio y tiempo libre, protección civil , social. En el caso de las asociaciones de Errachidia, la mayoría se dedican al voluntariado educativo, de ocio y tiempo libre. Es decir que se dedican más bien a

actividades con niños, mientras que constatamos el poco interés dirigido al voluntariado ambiental y cultural.

En cuanto a las estadísticas generales, las asociaciones en sus páginas web no ponen memorias y mediante correos tampoco facilitan cifras de los voluntarios que participaron con ellos durante esos últimos 10 años.

4.3 El marco jurídico y el paradigma de las actividades:

A pesar de que hay bastantes asociaciones nacionales y locales que trabajan y algunas llevan muchos años en el campo del voluntariado, hay que señalar que el voluntariado en Marruecos carece de un marco legal e institucional. Esto obstaculiza el trabajo y el rendimiento de los voluntarios en el país, así como su protección y estado legal. En diversos seminarios los voluntarios y representantes de las organizaciones presentes hacen hincapié en la necesidad de promover la aprobación de una ley sobre el voluntariado y de garantizar la protección de los voluntarios de todas las formas de explotación o abuso por eso hay que fortalecer el trabajo en red para abogar por un marco legal voluntario, integrar la dimensión del "voluntariado" en los proyectos relacionados con la juventud y continuar creando conciencia en el público en general sobre el voluntariado como vector de desarrollo y cohesión social.

Sin embargo, hay varias oportunidades para el surgimiento de un marco legal para el voluntariado, la constitución de 2011 de hoy ofrece un marco estimulante para la promoción del voluntariado juvenil. Así, las nuevas prerrogativas otorgadas a la sociedad civil, cuya acción se basa especialmente en el voluntariado, las convierten en una palanca para establecer las bases de un desarrollo social que aliente la participación activa de los jóvenes a través de acciones de compromiso cívico, la reforma de la ley de asociaciones, la Carta Nacional sobre la democracia participativa, la ley sobre la juventud y la ley orgánica del Consejo Consultivo de la Juventud y la acción asociativa son los elementos que pueden abrir también oportunidades en términos del marco legal e institucional. En un comunicado (2017) el ministro declaró que el ministerio estaba trabajando con la Secretaría General del gobierno en una ley sobre la protección de los

trabajadores en el campo del voluntariado, y dijo. “Los requisitos de esta ley están relacionados con la protección profesional, compensación y sostenimiento”.

Las asociaciones de voluntariado en Errachidia elaboran muchas actividades casi todo el año y sobre todo en las fiestas y los puentes que tienen relación con el mercado español (navidades, semana santa ...), entre aquellas actividades se encuentra el turismo solidario que lo hacen mediante excursiones a las gargantas de Dades y a las dunas de Erg Chebi, estamos delante de una organización de viajes camuflada en algo llamado solidaridad , porque hacen lo mismo que las agencias de viaje, que tienen que seguir unas normas estrictas para ejercer la planificación, el acompañamiento y la organización de viajes.

Las agencias de viajes se rigen por la ley nº 31.96, una agencia de viajes esta considerada sea persona física o moral que de una manera habitual, con una finalidad lucrativa entrega o aporta su colaboración o participación en las actividades siguientes: la organización de viajes y estancias individuales o colectivas, la prestación de servicios (la reserva de habitaciones, alquiler de coches, visitas de la ciudad, de lugares, de monumentos ...) y la producción y la venta de ofertas turísticas vinculadas a los congresos , la caza , la montaña.... (artículo 1 del estatuto de agencias de viaje).

En lo referente a las asociaciones, cualquier asociación está organizada y sujeta a “Dahir 1-58-376 del 1958 y el Dahir 1-09-39 (prolongación) que regulan el derecho de crear asociaciones sin animo de lucro,” la association est la convention par laquel deux o plusieurs personnes mettent en commun d’une façon permanente leurs connaissances ou leurs activités dans un but autre que de partager de bénéfices” artículo 1 del Dahir.

La regularización de la actividad de las asociaciones de voluntariado es una demanda de las agencias de viaje que pagan impuestos frecuentemente y que sufren de una competencia ilegal de asociaciones llamadas “ sin ánimo de lucro”, diversas entidades exigen una ejecución de las sanciones estrictas hacia los que se puede denominar los “modernos falsos guías”

4.4 La transparencia, la gestión financiera y de los recursos humanos

Resumiendo, las asociaciones de voluntariado en Errachidia reciben cada año bastantes voluntarios españoles, básicamente cada verano, desafortunadamente la mayoría de esas entidades “sin ánimo de lucro” no facilitan datos sobre los voluntarios (me refiero al número y al sexo), estimamos unos 600 españoles cada verano generando aproximadamente 140.000 euros directos sabiendo que la cuota va de 170 a 220 euros por persona, sin contar las subvenciones estatales o internacionales que reciben.

En cuanto a la estrategia de promoción, las asociaciones entrevistadas afirman que cuentan con amigos que tuvieron la experiencia en Errachidia y se lo recomendaron a sus familiares y amigos (el boca a boca), las recomendaciones se hacen también a través de las redes sociales (la gran parte usan Facebook).

La gestión financiera y la del personal sean voluntarios o miembros de las asociaciones son dos elementos esenciales para el buen funcionamiento de cada entidad pública o privada. Cabe señalar que no todas las asociaciones han colaborado en esta parte del trabajo, las que nos han ofrecido informaciones, lo han hecho de forma global sin embargo a través de las entrevistas con presidentes, cuestionarios mediante emails y el estudio documental observamos la falta de importancia que las asociaciones atribuyen a su referencia ética, incluso si el concepto en sí mismo siempre se invoca / evoca Si, para ciertas asociaciones, sus documentos oficiales y sus publicaciones en sus páginas web revelan los valores y principios sobre los que la asociación basa su acción, la aplicación de estos valores permanece poco presente en el funcionamiento cotidiano de la asociación.

Directamente vinculada a la ética, la transparencia financiera es un criterio importante para una estructura "sin fines de lucro". Sin embargo, está claro que este último es uno de los puntos débiles en la gestión de las asociaciones.

En principio, las asociaciones se llevan a cabo más que cualquier otra organización para garantizar la transparencia de sus cuentas. De hecho, se supone que

el dinero que se les confía ayude a las personas en dificultades o para financiar acciones ciudadanas de interés general. La transparencia es un requisito previo, especialmente dado que esta falta de transparencia financiera a menudo va acompañada de una gestión "visual", y poco profesional.

Hay que señalar que un número limitado de asociaciones utilizan auditorías anuales para mejorar su transparencia y administrar los fondos que se les otorgan. Entre los entrevistados, que otorgan particular importancia a este aspecto, vale la pena mencionar (CJM, FSF.....) pero son asociaciones con una dimensión nacional, que no es el caso de la gran mayoría de asociaciones.

La transparencia financiera es un elemento de confianza hacia la asociación para el voluntario, así como para todos los socios y financiadores. También limita los excesos y elimina o estigmatiza las asociaciones "falsas".

Recursos humanos:

Excepto algunas asociaciones que son supervisadas y manejadas por recursos humanos profesionales, y específicamente competentes, la gran mayoría de ellos, y todas las áreas de intervención combinadas, están débilmente estructuradas y desorganizadas.

En general, la organización de las asociaciones permanecen poco adaptadas a la misión y los objetivos para los que fueron creadas. A través de este estudio, en la mayoría de los casos, hay una estandarización de su organización que se compone, todas las misiones combinan una Asamblea General, un Consejo de Administración, una oficina que suele ser la casa de juventud que pertenece al estado. Si bien la función de la AG y de la AC está más o menos especificada en el estatuto y las reglas de procedimiento, los otros órganos operan de manera informal, refiriéndose a "prácticas asociativas" con mandatos imprecisos.

El funcionamiento de las asociaciones no está formalizado porque se plantea a nivel de entrevistas y la observación realizada in situ de que la mayoría de las

asociaciones no tienen procedimientos escritos que especifiquen las reglas de operación y los procedimientos para su implementación. Luego notamos que los estatutos, que son documentos básicos que deben regular las asociaciones y definir sus objetivos, son muy poco consultados y, a menudo, no respetados por sus miembros, una vez que han sido redactados y entregados a las autoridades para la constitución de la asociación y su validación.

Como resultado, la repartición de responsabilidades entre los tomadores de decisiones no está clara, lo que da lugar a modos de operación, a menudo dirigidos por una o dos personas que acumulan todos los poderes de toma de decisiones (elección de orientación y desarrollo de proyectos, representación, asociación, compromiso y ejecución de gastos, control ...).

Al desarrollar su plan estratégico, la asociación debe poner un gran énfasis en recursos humanos. Por lo tanto, la membresía de voluntarios no es una cuestión de oportunidades, sino que debe corresponder a una necesidad previamente identificada. Sus tareas se definen después de la consulta y de acuerdo con las necesidades reales de la asociación.(Carrefour Associatif 2010)

En Errachidia, hay cierta resistencia por parte de las asociaciones que esta práctica se ve obstaculizada internamente por una variedad de consideraciones, porque si hay voluntarios que están involucrados en el trabajo de la asociación y cumplen con sus responsabilidades, otros (locales o extranjeros) no están esperando de la asociación que los beneficios y el prestigio que pueden sacar.

IV. Capítulo 3: los voluntarios españoles en Errachidia:

1. El método de estudio

En el siguiente apartado, que se considera el más importante del trabajo, se ha usado la fenomenología como método de estudio, porque se trata de experiencias vividas por personas en relación con un fenómeno emergente y de interpretación de esas experiencias. Lo esencial en el método fenomenológico es describir el significado de la experiencia por parte de quienes la han tenido y como resultado el significado del vínculo que tienen con ella (Kvale 1996, Ray 1994, Stewart 1990). En este estudio y para lograr los objetivos citados en la introducción, hemos elegido Errachidia como referente del voluntariado en Marruecos, intentaremos describir, comprender las percepciones, las perspectivas de los voluntarios españoles en Errachidia más que explicar el fenómeno en cuestión, quizás las palabras descriptivas puedan ser imprecisas o abiertas a múltiples interpretaciones (Li 2000). El método nos permite obtener información sobre los sentimientos, creencias, y intenciones de los voluntarios hacia la cultura marroquí mediante sus experiencias. Por lo tanto esa iniciativa no pretende efectivamente generar teorías sino deducir algo revelado en estudios anteriores.

La recogida de datos fue de maneras diferentes, primero en marzo/abril pasado se entrevistaron personas de diferentes sexos, algunas en persona y otras vía Skype, se enviaron también cuestionarios vía (Google Drive) a 30 personas que comentaron en páginas web sus experiencias, la elección de los participantes fue espontánea, eran 10 personas en total de distintas ciudades españolas. En el método fenomenológico, los investigadores recomiendan muestras pequeñas (no más de 10), depende de la naturaleza del estudio, el número de co-investigadores tiene que ser entre 1 y 10 (Becker 1986, Kaam 1966). Las encuestas que se enviaron por email fueron de opción múltiple, solamente 1 participante que no ha cumplido la encuesta. Las entrevistas en profundidad duraron aproximadamente media hora durante las actividades y las entrevistas, la observación también se ha usado para tener ideas sobre el

comportamiento de los participantes, sus actitudes hacia los locales. Hemos pensado que sería oportuno elaborar una pregunta abierta a los locales en páginas Facebook de Errachidia con el fin de conseguir sus opiniones .

Para establecer un ambiente de confianza y minimizar las respuestas restringidas, a los participantes les ha prometido que las entrevistas quedaran en el anonimato ,se les informó también que eran libres de negarse a responder cualquier pregunta con la que se sintieran incómodos; y solo se utilizaran seudónimos en cualquier presentación escrita u oral de esta investigación. Solamente dos de ellos comentaron que querían ver el resultado final del trabajo. Empezando las conversaciones con la presentación del investigador , el motivo por el cual se hace la investigación. Los investigadores ,primero solicitaron información sobre antecedentes demográficos generales, motivación de viaje, experiencias pasadas, viajes previos antes de hablar sobre el problema real en una charla ociosa (Douglas, 1985). Las conversaciones fueron grabadas después de haber tenido el permiso de los participantes, se transcribieron y se leyeron un par de veces para obtener impresiones sobre el lenguaje y las perspectivas de los co-investigadores(Li 2000).

Las entrevistas transcritas se analizaron línea por línea para la codificación inicial de temas emergentes, lo que ayudó a condensar y organizar los datos en temas relevantes comunes mediante análisis de contenido para lograr las metas y objetivos de este estudio. Los temas de codificación iniciales se basaron en la revisión de la literatura y en base a lo que el investigador esperaba encontrar a partir de los datos (Lofland et al., 2006b). se basaron también en la naturaleza de lo que los encuestados mismos describieron.

2. La imagen / estereotipos de los voluntarios sobre el país

En la revisión de la literatura hemos mostrado que hay diferentes imágenes, y como se construyen mediante, un interacción social, lo que nos interesa en esta parte del trabajo es la imagen percibida ,hemos preguntado a los voluntarios sus imágenes sobre

el país, y si esas imágenes se modifican después de la experiencia en Errachidia . las respuestas eran distintas según las veces que han estado en el país, y sus entornos familiares , el 80 por ciento ignoraban muchas cosas de Marruecos, lo percibían como un país subdesarrollado, desértico con mucha pobreza, un país exótico, y fuertemente vinculado a sus raíces afro-árabes. El diario marroquí Les Échos asegura que los resultados de unas encuestas revelan una gran ignorancia por parte de los españoles sobre algunos asuntos en los que Marruecos es protagonista, Carlota Miranda joven burguesa , una gran apasionada del país y conocedora de la cultura marroquí afirma en su blog que “el desconocimiento era total y es que en mi casa, igual que en la mayoría de las casas españolas, la imagen de Marruecos es muy negativa. Se saben muy pocas cosas y la mayoría de las que se saben, se saben mal. Por eso nunca llegaron a aceptar demasiado bien mi decisión.”. *La participante P8 resulto que “Con el desconocimiento la imagen principal es: Desierto y machismo. Una vez te informas bien, conoces el país y experimentas , vives allí, la imagen cambia al 100%(al menos para mí) La imagen actual para mí es: Variedad maravillosa, cultura alucinante, país PRECIOSO”*

El análisis se concluye que no se puede hablar de una sola imagen de Marruecos, existe una doble visión entre una imagen negativa por peyorativa y otra positiva por idealizada, entre una imagen de la pobreza y una imagen de lo exótico. (Lara 2005) . Este Curioso contraste lo notaron casi todos los investigados , sus imágenes cargadas de estereotipos por parte de los medios de comunicación que suelen enseñar el país como enemigo , fuente de problemas , cambiaban al estar in situ.

El mercado español para Marruecos es importante, y básicamente el segmento del mercado juvenil, es preciso que el estado ponga mucha atención en disminuir la visión negativa orientalista y presentar una imagen real , autentica sobre el país

3. Los datos demográficos y el perfil de los turistas voluntarios

Según los datos obtenidos de las entrevistas realizadas(10 personas) y de los que participaron en los cuestionarios “online” (tabla 1). Entre las 10 personas entrevistadas solamente había 2 chicos lo que muestra que el 80 por ciento de los participantes son de sexo femenino. Mas de 70 por ciento son de edad entre 21 y 30 La mayor parte de los participantes tienen un nivel de estudio universitario , 70 por ciento de ellos tienen un grado , licenciatura, y el 10 un master . las respuestas muestran que el 70 estudiaron y les interesa colaborar en la educación, 20 en la sanidad, en cuanto al estado civil , la mayoría son solteros o estando en pareja y sin cargos familiares. Por eso notamos una escasa de voluntarios de media edad sobre todo los que tienen responsabilidades familiares.

Participantes	sexo	edad	Estado civil	estudios	Interés	Gastos
P1	F	26-30	En pareja	otros	Enseñanza	200-300
P2	F	31-40	soltera	Sanidad	Construcción proyectos	400-500
P3	F	40-50	Soltera	Educación	Enseñanza	400-500
P4	M	21-25	Soltero	Educación	Enseñanza	400-500
P5	F	17-20	En pareja	Educación	Construcción proyectos	400-500
P6	F	21-25	En pareja	Sanidad	sanidad	200-300
P7	F	21-25	Soltera	Educación	Desarrollo cultura	600-700
P8	F	31-40	Casada	Sanidad	Desarrollo cultura	400-500
P9	M	21-25	Soltero	Educación	Enseñanza	200-300
P10	F	30-40	En pareja	Otros	Enseñanza	200-300

Tabla 6 datos demográficos

En general , los voluntarios que van a Errachidia de voluntariado , son jóvenes de edad, Zahra and McIntosh’s (2007) , y Stoddart and Rogerson’s (2004) en sus estudios encontraron un resultado similar , mayormente son chicas , en nuestro caso , una parte de ellos lo hacen después de terminar la carrera (Gap year), son voluntarios vacacionales, porque tras terminar los días de trabajo voluntario , van de turismo para descubrir ciudades como fez o Marrakech. Algo que se destaca también en el perfil de

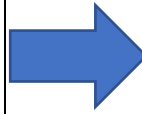
los voluntarios, 4 de los entrevistados colaboran con asociaciones directa (como cooperantes) o indirectamente con recomendaciones a los amigos.

4. las motivaciones de los turistas españoles y sus experiencias

Para elegir un proyecto internacional, a corto o largo plazo en un país cercano o lejano, hay muchos factores a considerar entre si : motivación y experiencia .Los resultados obtenidos muestran que los voluntarios españoles no tienen motivación única para viajar a marruecos , sino múltiples , les hemos hecho una pregunta abierta “ nos puedes hablar de tus motivaciones para haber hecho un voluntariado en Errachidia” también hemos enviado una encuesta con respuestas múltiples, creemos que la encuesta nos dará más informaciones porque las experiencias individuales de turismo voluntario varían de persona a persona, y lo que cada turista voluntario saca de su experiencia a menudo resulta de una interacción compleja entre sus motivaciones originales, el contexto específico del trabajo voluntario (por ejemplo, el tipo de proyecto de voluntariado y la accesibilidad de la comunidad local), y la composición del equipo de voluntarios, entre otros factores(Harng 2009) , De acuerdo con Wearing , la mayoría de los participantes les interesa desarrollarse personalmente y ayudar a los demás . La subcategorización nos llevó a sacar palabras relevantes en el discurso de los participantes (tabla 4) luego después se desarrollan en categorías, La tabla 5 indica las categorías coceptuales halladas comparando las subcategorías en la tabla

Aprender	Compartir
Conocer	La forma distinta
Cultura	nivel personal
Desarrollo	descubrimiento
Ayudar	interactuar
La gente	sabores
África	chocante
Amistad	enriquecedora
Diferente	rica
Experiencia gastronomía	la ayuda mutua
	valores
	disfrutar

Tabla 7 subcategoria



Descubrir la cultura
Conocer formas distintas de vivir
Compartir saber y conocimiento
Interactuar con gente africana
Ayudar a gente necesitada
Desarrollo personal
Mejorar la vida profesional
El choque cultural
La identidad cultural
Aprender de los demás

Tabla 8 categoria 4

Tras haber encontrado esos conceptos mencionados en la tabla 3, se conectan y se comparan esos elementos para encontrar conexiones y combinaciones posibles entre sí. Por ejemplo “descubrir la cultura” y “Conocer formas distintas de vivir” “La identidad cultural”...se han agrupado bajo el tema de “el descubrimiento y la inmersión cultural”. Se han cruzado las demás categorías con el fin de sacar temas comunes como:

- el aprendizaje y el desarrollo personal
- el descubrimiento y la inmersión cultural
- las relaciones sociales y la ayuda a los demás .

los temas surgidos ilustran claramente dos componentes “ el yo” y “el otro”, las motivaciones que giran alrededor del yo pretenden sacar beneficios para los voluntarios turistas como ampliar la mente, adquirir experiencias profesionales mientras que las motivaciones que impulsan los voluntarios a pensar mas en las comunidades de acogida y en la forma de desarrollarlas

El aprendizaje y el desarrollo personal:

Muchas veces se piensa que hacer un voluntariado en el extranjero solamente aporta cosas positivas a la gente receptora, sin embargo varios estudios muestran que

el voluntario aprende y evoluciona de manera positiva. En la literatura hay varias expresiones que dicen lo mismo: enriquecimiento o crecimiento personal”, “por evolución personal”, “desarrollo personal”, “progresión personal”, “vivencias y experiencias personales” y “por inquietud personal”.(Chacón, Flores, Vecina, Pérez 2010). Algunos de los participantes en la entrevista declararon lo siguiente :

“ es una experiencia que nunca podrán olvidar es algo que te enriquece a nivel personal y te aporta mucho más de lo que das “

“me he ido de allí triste por volver pero alegre por haber ayudado algo a este mundo tan injusto a veces, hemos aprendido muchos unos de los otros “

“me llevé muchas cosas buenas y sobre todo aprendía valorar las pequeñas cosas de la vida, rei como nunca aprendí de todo y conseguí encontrarme”

El descubrimiento y la inmersión cultural:

El turismo del voluntariado es diferente del turismo tradicional , ya que los voluntarios pueden tener una experiencia distinta , pueden acceder a lugares inaccesibles buscando algo autentico ,pueden descubrir aspectos de la cultura que solamente los escuchan en los medios, pueden sumergirse físicamente y emocionalmente en la cultura para ver a las personas como realmente son,sus vidas sus costumbre de forma mas profunda. Esa motivación es algo común de los sujetos de investigación que participar en el trabajo voluntario , algunos la expresan asi:

“Momentos que no olvidaré en mi vida, bautismo en la cultura árabe, otra forma de viajar ayudando y entendiendo culturas totalmente diferentes”

“Marruecos es un país lleno de sorpresas y aunque ya hayas estado lo que se ve merece mucho la pena.”

“Para mi la visita fue un choque cultural que me hizo pensar mucho sobre la nuestra forma de vivir en europa”

Las relaciones sociales y la ayuda a los demás .

Sin ninguna duda , el voluntariado acerca mucho mas a las personas mas que en los otros tipos de turismo, elimina barreras . de un modo general , permite el interactuar de la gente y las comunidades locales. Como resultado, se establecieron relaciones y amistades a largo plazo entre los anfitriones y los visitantes como lo testificaron los participantes:

“Además he tenido la suerte de coincidir con gente maravillosa, que ahora son mi familia marroquí.”

“Quería huir de las vanidades de Madrid, de las superficialidades de la gente. Necesitaba un viaje así. Conocer gente decente y conocer un país como Marruecos”

“La oportunidad de mezclar y hablar con una variedad de personas de la comunidad anfitriona brindó oportunidades para reflexionar sobre una serie de cuestiones relacionadas con la cultura, la religión”

surgió también el deseo de retribuir y acercarse a los menos privilegiados. Muchos participantes sentían que les iba bien en la vida y deseaban devolver. Dedicar tiempo para ayudar a las personas necesitadas

“Me gusta hacer cosas para las personas y me dio la oportunidad de hacerlo”

En general , Uno puede querer irse a actuar, a descubrir, a madurar, a cambiar. Para olvidar sus problemas, para escapar de su impotencia como un ciudadano que no sabe cómo actuar aquí y piensa que será más útil en otros lugares. Para escapar de una sociedad cada vez más dura, donde uno no puede encontrar fácilmente su lugar, donde reina la competencia, donde las perspectivas carecen de nobleza o poesía. Uno también puede querer irse a la aventura, dejar sus huellas, vivir una experiencia fuera de lo común.

Muchos turistas voluntarios pueden verse impulsados simultáneamente por factores de empuje socio-psicológicos motivos que impulsan el deseo de viajar. Los factores de atracción son factores externos que afectan a dónde viaja una persona para cumplir con las necesidades o deseos identificados.

Por lo tanto, el voluntariado se considera en gran medida como una actividad beneficiosa tanto para las comunidades de acogida como para los propios voluntarios. Al menos para este grupo de encuestados, sus motivaciones para participar en el turismo voluntario no están centradas externamente en el crecimiento personal.

Jean-Daniel Balme, delegado general de France Volunteers afirma que ,Hoy, las motivaciones son más altruistas. Lo más evidente es el deseo de contribuir a su medición para el buen funcionamiento del mundo, conocer a los demás, entender lo que está sucediendo en el hogar y vivir una movilidad de solidaridad .(lesechos.fr)

https://www.lesechos.fr/22/12/2017/LesEchosWeekEnd/00104-036-ECWE_le-volontariat--une-pause-au-service-des-autres.htm

5. Posibles efectos negativos del voluntariado

El turismo de voluntariado es una forma alternativa, creciente en la industria del turismo , atrae cada vez mas la atención de los investigadores, numerosos trabajos se centraron en las motivaciones y en los beneficios tanto para la comunidad receptora como para los voluntarios . Sin embargo pocos(MacGehee, Andereck 2008, Simpson 2004,Raymond ,Hall 2008...) estudiaron los impactos negativos del sector sobre los locales como los que menciono (Guttentag 2009) , entre si el descuido de los deseos de los lugareños, dificultar el progreso del trabajo y no cumplirlo, la interrupción de las economías locales, los cambios culturales , y la reforzamiento del concepto “el otro”...

En Errachidia, el turismo de voluntariado es un sector que genera beneficios económicos y da de conocer a los atributos de la región, permite también el intercambio cultural , el acercamiento y el entendimiento de ambos pueblos(español y marroquí), Pero no siempre comporta como factor de desarrollo, Los impactos de su crecimiento pueden resultar desfavorables para el medio ambiente o para determinados aspectos de la vida cotidiana de los autóctonos especialmente los más desfavorecidos.

Las ciudades del sur de Marruecos suelen ser conservadoras, Errachidia forma parte de esas ciudades en que todavía se conservan las costumbres de los ancestros, efectivamente, su gente sigue las tradiciones y llevan una vida sencilla sin transformaciones ni poseer el gran lujo de otros lugares como Marrakech , Tanger... las mujeres se visten tradicionalmente , las casadas se ven tapadas de velos y/o portan una jellaba ,las solteras se ven vestidas de forma normal, cubriese la cabeza es una tradición más que un signo religioso, ese contraste a veces choca los turistas y incluso los forasteros .Igual que los hombres , la jellaba tradicional con un gorro típico es algo notable aunque los jóvenes de hoy se arropan de modo moderno. la gente se saludan habitualmente extendiendo la mano , los miembros de la familia se besan en la mejilla cuando no se han visto durante mucho tiempo,los abrazos son comunes entre las personas del mismo sexo ,y es muy normal que dos personas se cogen de la mano en la calle.

La falta de sitios de ocio como bibliotecas , centros cívicos , parques, museos...empuja los hombres a pasar bastante tiempo en bares , las mujeres no frecuentan esos lugares , las que fuman están mal vistas y consideradas maleducadas... Son algunas costumbres arraigadas en la identidad y la cultura de las personas de Errachidia, sin embargo lo que se ha citado anteriormente se ve cambiando a su propio ritmo, van asimilando y modificando ciertas pautas de acuerdo a sus necesidades y debido a factores exteriores. La invasión de los voluntarios en verano puede contribuir a los cambios culturales de la ciudad.

El comportamiento y el “look” de voluntarios en una sociedad conservadora:

La mayoría de los voluntarios son jóvenes que acaban de terminar sus carreras , y buscan un año sabático , como se ha destacado en el apartado de motivaciones, varios vienen a Errachidia con el propósito de aprender y a desarrollarse personalmente y disfrutar mas que buscar para mejorar la vida de los locales. Eso viene de dos factores, primero por parte de los voluntarios que carecen de informaciones sobre las verdaderas necesidades y qué exactamente le falta a la ciudad. El segundo es por parte de las ONGs

que no exigen requisitos para seleccionar los participantes, lo que muestra la rapidez con que se expande el sector. por lo tanto vemos voluntarios haciendo labores que no les convienen.

Hemos preguntado a la gente de Errachidia sobre los voluntarios y la actividades que elaboran en verano:

“Sus impactos negativos son mas que los positivos, los reponsables de las ONGs solamente les interesa lo que pagan los voluntarios , y esos últimos les importan las drogas.”

“Recuerdo que un niño de la familia que participo con los voluntarios en el mes de ramadán del verano pasado , le quedo una imagen de los voluntarios que fuman y comen en este mes, preguntado, por qué nosotros ayunamos y ellos no..”

“ es un fenómeno nuevo en nuestra conservadora ciudad , mientras que hay respeto a las costumbres y al orden publico , no habría ningún problema en tenerles aquí”

Una de las voluntarias que tuvo una experiencia en Errachidia lo resumió todo:

“”Por otra parte, la conducta delante de los niños, el fumar un porro en el descanso, a 2 metros de los niños, tu comportamiento con los coordinadores o amiguitos del pueblo con los que has hecho amistad , abrazas públicamente en una sociedad poco o nada acostumbrada a ello...El botellón de por la noche... el short, el escote, la mini falda... quizás no fueran del todo adecuados para el sitio donde estas””.

La mayoría de los voluntarios elaboran actividades en el ámbito educativo;En Errachidia pintan, decoran escuelas y trabajan básicamente con niños. Los pequeños ven a un voluntario como un modelo a seguir, desgraciadamente la conducta de algunos puede afectar el proceso de sus crecimiento. . Estas actitudes, comportamientos y creencias estarán presentes en sus mentes después de la experiencia real y puede llevarles al fracaso escolar y/o pensar en la inmigración clandestina , puede fomentar también la idea de que “ el otro” tiene dinero y es capaz de hacer lo que nosotros no podemos

Nadie niega los beneficios económicos que aportan los voluntarios españoles a Errachidia, y los saberes relacionados con el aprendizaje de idiomas que transmiten a

los niños , no obstante hay que reconocer que la participación de voluntarios tiene también impactos negativos. Hace falta tenerlos en cuenta en la hora de planear proyectos de voluntariado para evitar tales consecuencias.

6. Propuestas de mejora

A la luz de lo que se ha presentado antes, se intenta otorgar algunas recomendaciones y pautas que serán prácticas para mejorar el voluntariado internacional en Errachidia, las propuestas serán divididas en temas generales que nosotros hemos visto que necesitan tenerse en consideración :

6.1 El marco jurídico e institucional :

- Desarrollar un marco institucional que organice el voluntariado y su funcionamiento.
- Aclarar y enmarcar los derechos y deberes de los voluntarios desarrollando, en particular, guías que especifiquen y determinen buenas prácticas;
- Desarrollar y difundir a las asociaciones, un manual de gestión de recursos humanos, voluntarios y empleados, y llevar a cabo formaciones.
- Introducir el voluntariado en los programas escolares sobre todo en los estudios universitarios para que las actividades sean organizadas por los jóvenes.
- la adopción de un estatuto y modelo del voluntario que podría inspirarse en el estatuto de las asociaciones internacionales teniendo en cuenta las especificidades nacionales.
- Promover estudios sobre asociaciones en Marruecos, en general y específicamente en Errachdia, su número, su tipología, su organización y funcionamiento.
- Crear una federación que reúne todas las asociaciones legales que se dedican especialmente al trabajo de voluntariado.

6.2 Evaluación de las actividades:

- La elaboración de memorias después de cada trabajo de voluntariado
- La crítica positiva o negativa del labor realizado
- Evaluación de la satisfacción de los voluntarios, de los locales, incluso de los miembros mismos de las asociaciones
- Fomentar la transparencia en las actividades de la estructura organizativa, en la gestión de los recursos facilitando las informaciones a los investigadores, proyectar y difundir los valores de las asociaciones y no ocultarlos
- Evaluar y controlar regularmente por parte de los entes públicos el trabajo de aquellas asociaciones.

6.3 Formación y selección y promoción

- Crear redes de intercambio de formación entre asociaciones, con los recursos formativos de cada una. Aprovecharse unas a otras como recurso formativo.
- Elaborar Planes Estratégicos para las asociaciones y formular objetivos organizativos a medio plazo que sirvan de orientación a cualquier práctica.
- Investigar sobre el perfil de las personas voluntarias y sus reales motivaciones, para poder orientar la captación de nuevos apoyos.
- Formación, especialmente de los directivos y gestores de las asociaciones, en gestión de calidad, aprendiendo e incorporando nuevos métodos de gestión que mejoren la calidad de los programas y del propio funcionamiento organizativo, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación para ello.
- Establecer criterios y requisitos especiales que encajan en los objetivos y las actividades de las asociaciones para seleccionar los voluntarios, la disponibilidad del tiempo no es solamente el único criterio para hacer un voluntariado.
- Desarrollar una estrategia de promoción para captar voluntarios de todo el mundo y no solamente los españoles, aprovechando de las técnicas de información y comunicación.

7. hacia un voluntariado cultural, una Colaboración con la udg

la idea en este apartado es buscar las posibilidades para cooperar con la UdG en temas relacionados con el voluntariado, y especialmente en el ámbito cultural para fomentar ,defender, salvaguardar todos los aspectos de la cultura y del patrimonio. Vemos que es necesario elaborar un DAFO, teniendo en cuenta algo de los resultados obtenidos en este trabajo.

Debilidades :

- La falta de un marco jurídico , institucional que regula el trabajo voluntario en Marruecos.
- La lejanía de Errachidia de las grandes ciudades
- La imagen de las organizaciones y de las personas voluntarias está colonizada por los tópicos urbanos, y el perfil de voluntariado juvenil.

Amenazas:

- Competencia de las otras asociaciones locales
- La falta de implicación de la administración local.
- Falta de reflexión en parte de la sociedad que participa
- El desconocimiento de la zona (forma parte de las partes desérticas del país)

Fortalezas:

- Primer proyecto que va a dedicarse al voluntariado cultural
- La udg ha llevado unos proyectos culturales en la zona
- La facilidad para captar voluntarios
- La buena gestión de los recursos humanos y financieros

Oportunidades:

- Conservar y difundir la cultura

- Aprendizaje mediante la experiencia
- Acceso a más líneas de subvención
- Programas y becas para entidades de voluntariado
- Las TIC, como vehículo de comunicación, formación y desarrollo del voluntariado("Voluntariado On line",...).

Hablar de una cooperación/ colaboración con la UdG a corto plazo es todavía pronto sin embargo será posible en el futuro , cuando Marruecos dispondrás de una normativa que regulariza el voluntariado sin embargo tiene un arsenal legal que reglamenta la cooperación bilateral.En cuanto a España y precisamente Cataluña , la cooperación internacional y el voluntariado cultural se regulan con las normativas siguientes:

- La Ley Estatal 6/1996, de 15 de Enero de Voluntariado (BOE del 17) , que constituye la base y referencia que regula el voluntariado de los programas de ámbito estatal o de competencia del Estado.
- Ley 23/1998, de 7 de julio de Cooperación Internacional al Desarrollo.
- Real decreto 519/2006, de 28 de abril, por el que se establece el estatuto de los cooperantes.
- La Orden de 9 de octubre de 1995, por la que se regula el Voluntariado Cultural.
- los Estatutos de Autonomía de las Comunidades Autónomas contienen artículos que resaltan el compromiso de las respectivas Administraciones en la prestación de apoyo al Voluntariado.: por ejemplo
- Ley 25/1991, de 31 de diciembre, por la que se crea el Instituto Catalán del Voluntariado.
- Código de conducta de las universidades en materia de cooperación al desarrollo
- Estrategia de cooperación universitaria al desarrollo (Aprobado por la CRUE en Septiembre de 2000).

7.1 Acciones:

Es muy sabido que la cultura desempeña un papel de gran importancia no solamente desde el punto de vista económico sino también social. El grado de interés que tiene la ciudadanía hacia la cultura refleja el nivel de desarrollo cultural del país. Por lo tanto muchos de los países se han fijado a su rol en la sociedad y han ido elaborando estrategias para cuidar ,fomentar ,preservar, difundir todos los aspectos de sus culturas.

Desafortunadamente , en los países del sur , o los que en via de desarrollo, aun no se da mucha importancia a la cultura debido a varios motivos, la falta de recursos humanos competentes , la falta de recursos financieros, escasez de formaciones...

El análisis de la situación cultural en Marruecos y especialmente en Errachidia muestra que le región pose de un legado cultural variado y rico que se esta amenazado tanto por el abandono de los consumidores como por el desinterés de los poderes públicos. Por este motivo se plantea buscar soluciones a este peligro ,pensando en crear proyectos tales como centros culturales, museos ,bibliotecas en escuelas... ; puesto que Errachidia conoce una necesidades de esos sitios de diversión y de educación.

En el presente proyecto se incorporan varios sujetos, privados y públicos, de ambos países; de la parte de Marruecos se crea una asociación “asociación arte y patrimonio” sin ánimo de lucro con el propósito de desarrollar la zona y básicamente su foco de trabajo será la cultura y el patrimonio y el arte y la educación de los niños.

Otras partes que puede participar son La facultad politécnica de Errachidia como centro de investigación y el departamento de cultura.

De la parte de Catalunya/España, se crea también una asociación “ amigos del sur “ estará formada por apasionados del desierto, amigos del gran sur, ex voluntarios y por los interesados en el trabajo social, cultural , en las zonas desfavorecidas.

La participación de la Universidad de Girona podrá aportar mucho a la iniciativa mediante la Oficina de Cooperación de la UDG, que podrá:

- * Facilitar la inscripción de los “estudiantes voluntarios”, docentes , investigadores
- * Facilitar la dotación del material desafectado de la universidad / de los colegios.

* proporcionar a los docentes herramientas necesarias para la investigación y facilitar el contacto con los poderes públicos en Marruecos.

La colaboración entre las entidades de ambos países será la siguiente



Ilustración 5 elaboración propia: colaboración

7.2 Estancia y actividades

La duración del viaje a Errachidia será de entre aproximadamente una semana a un mes, un par de días en cada uno de los pueblos importantes de la ciudad (Merzouga, Meski, Errissani, Erfoud...) Los participantes se alojarán en casas de familias autóctonas, vivirán su vida diaria y así conocerán de primera mano lo difícil que es vivir en el Sáhara, donde los recursos se protegen y se valoran más que en otros lugares. La zona, para los voluntarios, es un laboratorio para desarrollar sus ideas sobre temáticas vinculadas a la gestión de proyectos, el patrimonio cultural, urbano, natural, el arte, la artesanía, la cooperación...

La primera iniciativa del viaje pretende analizar el ambiente donde se llevará a cabo la recogida de informaciones, una de las actividades de los estudiantes, para luego buscar las opciones y mecanismos para crear proyectos en esta zona, teniendo en cuenta las características locales. Y como propuestas de proyecto presentamos:

- Museo de Música, donde se exponen los diversos tipos de música en la zona: beldi, amazigh, el malhoun, alghita, izlan, gnaua, música del desierto, jrafa
- Museo de los Ksours y Kasbah, donde se presentan los diferentes ksours y kasbah, su contexto histórico, su relevancia y su arquitectura...
- Centros culturales
- Bibliotecas sencillas dentro de las escuelas lejanas, para mejorar la lectura de los niños y reducir el fracaso escolar

V. CONCLUSIÓN:

El turismo de voluntariado es una tipología del turismo, que en los últimos años ha conocido una evolución tremenda, tanto en la participación como en los estudios que lo abordan, lo que muestra el crecimiento de interés que se le ha dado por parte de los tours operadores y las organizaciones no gubernamentales.

En este trabajo se ha estudiado el tópico desde diversas perspectivas, primero se ha acercado al concepto del voluntariado (volunteer tourism) y como se relaciona con las diferentes tipologías de turismo responsable debido a sus componentes similares. Por ejemplo, con el turismo justo, el turismo comunitario y principalmente con el turismo solidario.

La revisión de la literatura nos permitió determinar profundamente los grandes temas tratados, lo más común ha sido, el perfil de los voluntarios, sus motivaciones y los impactos del voluntariado sobre las comunidades receptoras; conocer esas vías nos ayudó a plantear cuestionarios y entrevistas y de hecho prever algunos resultados.

Luego, se ha dado una idea general sobre Marruecos y sus sectores económicos más relevantes, entre sí el turismo que se ha examinado desde que el país logró su independencia hasta el día de hoy, enfatizando las distintas políticas y estrategias que adoptaron los gobiernos consecutivos. Asimismo se ha analizado el mercado español

que nos interesa en este estudio y se ha observado que este segmento es la segunda clientela de Marruecos después de los franceses y la primera clientela en Errachidia, explorando el turismo de desiertos y de oasis.,

Después de haber conocido nuestro campo de estudios: Errachidia y todos los atributos turísticos, culturales y naturales que le caracterizan, se describió la situación del voluntariado en esa ciudad. Debido a la escasez de informaciones no se podían dar datos fiables. Hemos visto que era necesario hacer un inventario general de las asociaciones locales ligadas al voluntariado internacional y que trabajan especialmente con españoles.

Las consultas y las entrevistas llevadas a cabo con algunas asociaciones/ONGs, ponen de manifiesto la ambigüedad con la que algunas actúan, que no se sabe exactamente de que se trata. Hoy en día la seriedad y la transparencia de las entidades es una demanda insistente, no solo en los países desarrollados sino también en los países del sur. La falta de determinar las responsabilidades (organigrama), de elaborar memorias anuales, de especificar las actividades, de poner criterios para la selección de los voluntarios...nos empuja a reflexionar sobre la finalidad de algunas asociaciones/ONGs.

Los cuestionarios y las entrevistas realizadas con voluntarios nos han ayudado a revelar el perfil de los voluntarios españoles. Son jóvenes con estudios universitarios, de edad entre 20 y 30 años, en búsqueda de una experiencia en el país vecino y mayormente les interesa la enseñanza o la sanidad.

Los resultados sobre las motivaciones de los jóvenes voluntarios españoles, han mostrado varios motivos para hacer un voluntariado en Errachidia, pero en general giran en torno al desarrollo personal, (interés propio) ayudar a los demás y conocer otras culturas (altruismo).

Los mismos resultados hallados en trabajos como los de Wearing, 2001; Galley and Clifton, 2004; Brown, 2005; Coghlan, 2008; McIntosh and Zahra, 2008; Broad and Jenkins, 2008; Söderman and Snead, 2008 y Guttentag, 2009).

Hemos considerado que el estudio de la imagen percibida de los jóvenes sobre Marruecos y especialmente del sur es interesante, hemos demostrado que aquella imagen cargada de estereotipos tales como machismo, pobreza...se ha modificado después de vivir la experiencia. La imagen es un componente primordial que las asociaciones tienen que tener en consideración en sus campañas de captación de voluntarios y durante los campos de voluntariado tienen que enseñar la realidad del país, la verdadera cultura, mediante encuentros y contactos directos con los autóctonos, porque los nuevos viajeros buscan más las experiencias únicas y cosas auténticas que marcan la diferencia de otros destinos. Los turistas voluntarios expresaron una gama de experiencias y emociones agradables y desafiantes al contar sus experiencias en los proyectos de voluntariado en el extranjero. Sus recuerdos y recuerdos de los eventos fueron claros y vívidos. Comparando la experiencia del voluntariado con su vida actual, se informó que sus experiencias dejaron una impresión profunda y duradera (ZAHRA, ALISON 2007).

La mayoría de los estudios abordan los impactos positivos del voluntariado sobre los locales, en nuestro trabajo hemos presentado algunos. Sin embargo, hemos abierto la brecha sobre los posibles efectos negativos a raíz del voluntariado español en Errachidia, la experiencia en una sociedad conservadora exige que uno se informe de las cosas arraigadas a la cultura de los pueblos antes de irse a la aventura. Es preciso crear conciencia sobre la importancia de las responsabilidades éticas que tienen los turistas voluntarios cuando viajan, particularmente a un determinado sitio que inspira a las personas a ser voluntarias en el extranjero y sentirse conscientes de las consecuencias que pueden causar en las comunidades de acogida.

Eso nos lleva a cuestionar la formación de los voluntarios y sus experiencias previas como requisitos principales para involucrarse en el voluntariado. Creemos que

una formación e información por parte de las asociaciones desempeñarán un papel con el fin de evitar cualquier choque o enfrentamiento cultural. También creemos que se considera necesario elaborar un estudio continuo y detallado de cada proyecto de voluntariado que se lleve a cabo en cada destino concreto y deberá ser aprobado por personas cualificadas para que finalmente se “comercialice” y no se dé una repercusión negativa en el destino (Gómez, 2015). A la luz de los impactos negativos hallados, sería importante pensar en la imagen que forman los locales de Errachidia sobre los voluntarios españoles. Creemos que sería un tema útil que merece ser investigado en la zona.

Al final del trabajo hemos ofrecido propuestas de mejora de la actividad voluntaria a las asociaciones, también hemos propuesto una colaboración con la Universidad de Girona a través de la Oficina de Cooperación Internacional. La propuesta consiste en buscar posibilidades para crear proyectos culturales mediante viajes temáticos/ idiomáticos, de voluntariado, de solidaridad, en los cuales los estudiantes y los docentes voluntarios serán protagonistas. Una iniciativa que será sin ninguna duda un modelo diferente a seguir, una experiencia enriquecedora para voluntarios, anfitriones y para las asociaciones existentes con la finalidad de un desarrollo sostenible de la zona.



VI. Bibliografia:

- Angela Benson & Nicole Seibert ,(2009) Volunteer tourism: Motivations of German participants in South Africa, *Annals of Leisure Research*, 12:3-4, 295-314, DOI: 10.1080/11745398.2009.9686826
- Baloglu S McCleary K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*. Pages 868-897
- Becker, C. S. (1986) Interviewing in Human Science. *Research Methods* 1:101-124.
- BERRIANE, M. (2009): Tourisme des nationaux, tourisme des étrangers: Quelles articulations en Méditerranée?, *Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Rabat*.
- Brown, S. (2005). Travelling with a purpose: understanding the motives and ben-efits of volunteer vacationers. *Current Issues in Tourism*, 8(6), 479-496.
- Brown, S., & Morrison, A. (2003). Expanding volunteer vacation participation an exploratory study on the mini-mission concept. *Tourism Recreation Research*,28(3), 73-82
- Callanan, M., & Thomas, S. (2005). Volunteer Tourism – Deconstructing Volunteer Activities within a Dynamic Environment. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* (pp. 183e200)
- CAMPRUBÍ, R. (2006). *Les Xarxes Relacionals En La Formació De La Imatge Turística De La Destinació: Un Model Conceptual*. Girona: Universitat De Girona.
- Carter, K. A. (2008). *Volunteer Tourism: An exploration of the perceptions and experiences of volunteer tourists and the role of authenticity in those experience* .Un published Masters. Lincoln University
- Chahine (2016).*Turismo globalizado en Marruecos: el caso de Saidía tesis doctoral*
- Devereux, P. (2008). International volunteering for development and sustainability :out dated paternalism or a radical response to globalization ? *Development in Practice*, 18(3), 357-370

- Elliott, D. (2008). Voluntourism. Retrieved May 2, 2010. <http://www.concierge.com/cntraveler/articles/12200>
- Galí, N. i Donaire, J. A. (2005). “The Social Construction of the Image of Gerona: a methodological approach”. *Tourism Management*, pp: 26, 777-785.
- Gartner, W. C. (1993). “Image Formation Process”. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2 (3), pp: 191-251.
- Gomez.2014.TURISMO DE VOLUNTARIADO.TRABAJO FIN DE GRADO.Universidad de Salamanca
- Guttentag, D. A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551.
- Harng .2009.“Involve me and I will learn?”.*Annals of Tourism Research*, Vol. 36, No. 3, pp. 480–501
- HILLALI, M. (2007): “Du tourisme et la géopolitique au Maghreb: Le cas du Maroc”, en *Hérodote*, n° 127, pp. 47-63.
- Hustinx, L. (2001). Individualisation and new styles of youth volunteering: An empirical exploration.*Volunt. Action* 3: 57–76.
- Kaam, A. V. (1966). *Existential Foundations of Psychology*. Pittsburg: Duquesne University Press
- Kvale, S. (1996) *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Beverly Hills: Sage.
- la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Rabat:informe, El sector del Turismo en Marruecos 2011.
- Lara,L. (2005) .la imagen turística de Marruecos proporcionada por internet : reinterpretando el orientalismo./ cuadernos de turismo.
- Lepp, A. (2008). Discovering self and discovering others through the Taita Discovery Centre Volunteer Tourism Programme, Kenya. In K. Lyons, & S. Wearing (Eds.),

- Journeys of discovery in volunteer tourism: International case study perspectives (pp. 86-100). Wallingford, UK: CABI
- LI, Y. (2000). Geographical consciousness and tourism experience, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 4, pp. 863-883
 - Lo, A., & Lee, C. (2011). Motivations and perceived value of volunteer tourists. *Hong Kong. Tourism Management*, 32(2), 326-334.
 - Lyons, K. D. (2003). Ambiguities in volunteer tourism: A case study of Australians participating in a J-1 visitor exchange program. *Tourism Recreation Research*
 - McGehee, N., & Andereck, K. (2008). 'Petting the critters': exploring the complex relationship between volunteers and the voluntoured in McDowell County, WV, USA and Tijuana, Mexico. In S. Wearing, & K. Lyons (Eds.), *Journeys of discovery in volunteer tourism: International case study perspectives*. Oxfordshire, UK: CABI.
 - McIntosh, A., & Zahra, A. (2008). Journeys for experience: the experiences of volunteer tourists in an indigenous community in a developed national case study of New Zealand. In K. Lyons, & S. Wearing (Eds.), *Journeys of discovery in volunteer tourism: International case study perspectives* (pp. 166-181). Cambridge, MA: CABI Publishing
 - Miossec, J. M. (1977). "L'Image Touristique Comme Introduction a La Géographie Du Tourisme". *Annales De Géographie*, pp: 55-70.
 - Nestora, A., Yeung, P., & Calderon, H. (2009). *Volunteer travel insights 2009*. Bradt travel guides, Lasso communications. GeckoGo.
 - Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends, and cases*. Amsterdam: Elsevier.
 - Ray, M. A. (1994) *The Richness of Phenomenology: Philosophic, Theoretic, and Methodological Concerns*. In *Critical Issues in Qualitative Research Methods*, J. M. Morse, ed., pp. 117-135. Beverly Hills: Sage.

- Raymond, E., & Hall, C. (2008). The development of cross-cultural (mis) understanding through volunteer tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 530-543.
- Simpson, K. (2004). 'Doing development': the gap year, volunteer-tourists and a popular practice of development. *Journal of International Development*, 16(5), 681-692.
- Stebbins, R. (1996). *Volunteering: A Serious Leisure Perspective* https://www.researchgate.net/publication/249675504_Volunteering_A_Serious_Leisure_Perspective.
- Guach, S. (2014). *El turismo sostenible en el sur de Marruecos*. Master thesis
- Stewart, D. (1990) [BK] *Exploring Phenomenology: A Guide to the Field and Literature*. Athens: Ohio University Press.
- Stoddart, H., & Rogerson, C. M. (2004). Volunteer tourism: the case of Habitat for Humanity South Africa. *GeoJournal*, 60(3), 311-318.
- Wearing, S. & McGehee, N. (2013). Volunteer tourism: A review *Tourism Management* 2013 vol: 38 pp: 120-130.
- Wearing, S.L. (2001) *Volunteer Tourism: Seeking Experiences That Make a Difference*. CAB International, Wallingford, UK.
- Zahra, A., & McIntosh, A. J. (2007). Volunteer tourism: evidence of cathartic tourist experiences. *Tourism Recreation Research*, 32(1), 115-119

Paginas consultadas:

<https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2016/04/VoluntariadoCooperacion.pdf>

<http://eprints.uwe.ac.uk/9590/1/lyons.pdf>

https://www.researchgate.net/publication/271725707_Volunteer_Tourism

<https://cear.es/wp-content/uploads/2013/08/MARRUECOS.-2013.-Informe-general.pdf>

<https://lematin.ma/express/2016/nette-evolution-du-secteur-a-errachidia/253310.html>

https://www.unicef.org/morocco/french/Etude_Benevolat_Volontariat.pdf

https://www.lesechos.fr/22/12/2017/LesEchosWeekEnd/00104-036-ECWE_le-volontariat-une-pause-au-service-des-autres.htm#

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/>

<http://www.observatoiredu tourisme.ma/>

<http://www2.unwto.org/fr>

<http://www.smit.gov.ma/>

normativas/ leyes

http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/dahir_201-97-64.pdf

<https://www.um.es/documents/1642032/1886411/ESCUDE.pdf/053b4bcd-3cbf-4dfc-b0d4-89b85734fac3>

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1998-16303>

<https://www.parlament.cat/document/nom/TL%2018In.pdf>

http://www.uab.cat/Document/462/979/codi_de_conducta.pdf

http://www.sgg.gov.ma/Portals/0/association_pdf/lib_pubN_Fr.pdf?ver=2012-01-04-132746-000

VII. Anexos

Ilustración 1 fuente Camprubí : formación de la imagen	24
Ilustración2 territorio administrativo / territorio turístico	38
Ilustración 3 provincia de Errachidia: fuente web.....	51
Ilustración 4 los ksours en Errachidia: elaboración propia	54
Ilustración 5 elaboracion propia: colaboración.....	85

encuesta: motivaciones

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeo3J3y3tYJNWa-Z1TXV7zHpfYHjMOJ1nf--IZu7tddeqysvg/viewform?usp=sf_link

motivaciones del voluntariado

1. motivaciones del voluntariado 1

Selecciona todos los que correspondan.

- desarrollo personal
- inmersión cultural
- buscar amistades
- hacer algo diferente
- encontrarse con gente africana
- vivir en otro país
- la unión familiar
- ampliar la mente de la persona
- ayudar a los demás
- es un reto para irse a Africa
- para disfrutar
- para escapar y olvidar los problemas

2. motivos del voluntariado

- interés propio
- altruismo

3. después del voluntariado:

- volver a casa inmediatamente
- visitar otras ciudades/ lugares

encuesta: voluntarios

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSchH-iQO-ENBn5PbDyroWHAih2zCj0HyIjyV3_xrXJwzOpoHg/viewform?usp=sf_link

encuesta :voluntariado Errachidia(Voluntarios)

Mi nombre es Ali Oukassou , esta encuesta se enmarca dentro de una investigación sobre la experiencia cultural de los españoles en los trabajos de voluntariado en Errachidia (Marruecos). Toda la información obtenida será tratada de forma confidencial y global. Muchas gracias por tu colaboración

asociaciones:



1. 1-Nombre

2. 2- Sexo

Marca solo un óvalo.

- F
 M

3. 3. Edad:

Marca solo un óvalo.

- 17- 20 años
- 21- 25 años
- 26- 30 años
- 31- 40 años
- 40- 50 años
- más de 50 años

4. 4. Ciudad española :

5. 5. Estudios

Marca solo un óvalo.

- Educación
- Turismo
- Comercio
- agricultura
- sanidad
- otros

6. 7. Has participado alguna vez en un campo de voluntariado en Marruecos? *Marca solo un óvalo.*

- Sí
- cuantas:
- NO

7. 8. Colaboras ahora con alguna organización no lucrativa: *Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

8. 9. En que tipo de proyectos estarías más interesada(o): *Marca solo un óvalo.*

- Sanidad
- enseñanza
- investigación y educación
- Periodismo
- desarrollo cultural
- construcción de proyectos
- Medioambiental
- otros

9. 10. Cuanto dinero podrías gastar (o has gastado) durante un viaje de voluntariado: *Marca solo un óvalo.*

- 200- 300 euros
- 400- 500 euros
- 600- 700 euros
- 800- 900 euros

10. 11. Para los que han tenido una experiencia de voluntariado en Marruecos: Nos puedes hablar de tu experiencia cultural en Marruecos teniendo en cuenta estos aspectos: Gastronomía, fiestas, tradiciones, festivales, idioma, Religión , historia, patrimonio, museos...:

11. 12. Para los nuevos voluntarios que van a hacer un voluntariado este verano: Cuando piensas en Marruecos qué imagen te viene a la mente?

encuesta: ONGs

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfJcJnUaXMEH5ijMRj-am4fFbaNJl-vextp5-8VklhHc80m-A/viewform?usp=sf_link

3. Cuantos voluntarios acogen cada

año? *Marca solo un óvalo.*

- de 5 a 10
- de 10 a 20
- de 20 a 50
- 50 a 100
- mas de 100

4. Qué actividades elaboran durante la estancia de los voluntarios ?

5. Qué tipos de subvenciones reciben

? *Marca solo un óvalo.*

- estatales
- internacionales

6. Como evalúan la estancia , respecto a la satisfacción de los voluntarios

? *Marca solo un óvalo.*

- insuficiente
- suficiente
- buena
- excelente

7. habrá voluntarios que repiten

? *Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

8. Cual es vuestra estrategia de promoción

? *Marca solo un óvalo.*

- internet
- boca- oído

9. Realizan memorias al final de cada trabajo de voluntariado

? *Marca solo un óvalo.*

- Si
- NO
- Tal vez

10. Qué presupuesto tengan por cada campo de voluntariado? (ingresos/ gastos) *Marca solo un óvalo por fila.*

	Mas de 300 euros	de 300 a 500 euros	de 500 a 1000 euros	de 1000 a 2000 euros	de 2000 a 5000 euros	mas de 5000 euros
ingresos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gastos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>