

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN TURÍSTICA EN LA REGIÓN TÁNGER-TETUÁN (MARRUECOS)

José Antonio López Sánchez

Manuel Arcila Garrido

Universidad de Cádiz

RESUMEN

Este artículo analiza la actividad turística en la región Tánger-Tetuán (Marruecos). Para ello entre otras acciones se ha realizado un estudio de las principales variables estadísticas disponibles en la zona, un trabajo de campo enmarcado dentro del proyecto de investigación sobre turismo sostenible denominado Ibn Battouta y la realización de una encuesta entre los principales sectores relacionados son las herramientas utilizadas. En este análisis se comparan los valores de la región con otras áreas cercanas dentro del Estrecho de Gibraltar.

Palabras clave: Turismo sostenible; gestión turística; Marruecos; región Tánger-Tetuán; Participación.

Perspectives of the sustainable tourism in the region Tánger-Tetuán (Morocco)

ABSTRACT

The aim pursued in this paper is to analyze the tourism activity of the region Tangier-Tetouan in Morocco. In addition to the study of the main available variables statistics for the region, a fieldwork has been carried out in the framework of an extensive research project on sustainable tourism, called Ibn Battouta. The values of the region have been compared with the values of other nearby areas in the Strait of Gibraltar. As a result of the analysis performed, the tourist potential of the region has been confirmed, including the sun and beach tourism. The current global situation has raised a number of questions and queries about the tendency of this activity in Morocco.

Recibido: 22 de octubre de 2012

Devuelto para su revisión: 29 de abril de 2013

Aceptado: 15 de octubre de 2013

Departamento de Historia, Geografía y Filosofía. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
Universidad de Cádiz. Campus de la Asunción. Avda. de la Universidad s/n. 11405 Jerez de la Frontera. CÁDIZ
(España). E-mail: joseantonio.lopez@uca.es, manuel.arcila@uca.es

Key words: Sustainable tourism; tourism management; Morocco; Tangier-Tetouan region; Participation.

1. INTRODUCCIÓN¹

En la actualidad el turismo es una actividad que se está consolidando en Marruecos con unos ingresos en las arcas del reino alauita superiores a seis millones y medio de dólares debido al turismo internacional en 2009, según la OMT (2010). Esta cifra lo sitúa como el primer país en número de turistas internacionales del Magreb y el segundo del mediterráneo africano. Los potenciales recursos naturales y culturales del país lo proyectan como una futura potencia turística de la región (Maatouk, 2011). Pero a pesar de estas expectativas es necesario ordenar el crecimiento de la actividad para evitar los impactos negativos y mejorar la oferta turística orientada al turismo internacional y nacional. Por este motivo es necesario conocer la percepción de todos los sectores relacionados con esta actividad, así como promover la participación en la planificación y en la gestión de todos los agentes implicados incluyendo a los ciudadanos que son los principales receptores, beneficiarios y perjudicados de la actividad turística.

Por ello el proyecto Ibn Battouta tiene como finalidad última coadyuvar a la sostenibilidad turística en la región Tánger-Tetuán (RTT). Para ello se han creado diversos instrumentos de participación y difusión (boletín, foro, observatorio, etc.) que tienen como objetivos la generación de conocimiento, la creación de un modelo de turismo sostenible y el desarrollo de unos sistemas de calidad que garanticen los niveles adecuados de confortabilidad y seguridad hacia los turistas.

1.1. Hipótesis y metodología

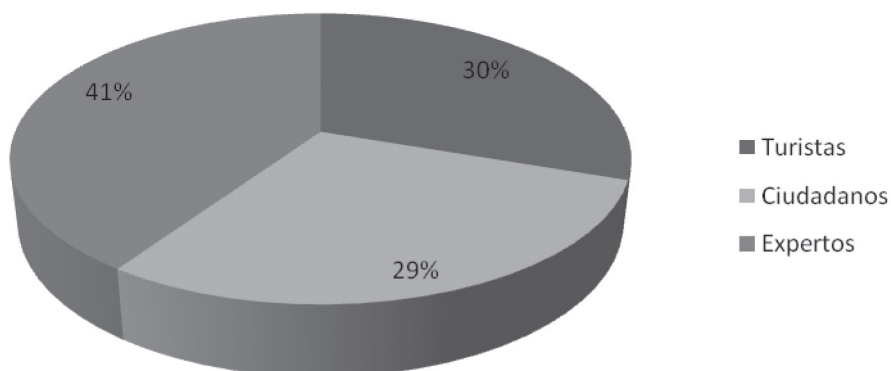
En el presente trabajo se plantea un objetivo básico: conocer la percepción de los diferentes agentes involucrados en la actividad turística para poder incentivar la participación de todos los sectores. Se parte de la hipótesis de que la participación en la toma de decisiones de la sociedad y los agentes relacionados en el turismo constituye una herramienta básica para conseguir el desarrollo sostenible de la actividad turística.

En primer lugar se ha recopilado toda la información estadística, cartográfica y documental disponible de la región. A veces la información existente es escasa, poco

¹ Este artículo se enmarca en los trabajos coordinados por el grupo de investigación Hum-117 dentro de las ayudas concedidas para la realización de acciones integradas para el fortalecimiento científico e institucional financiadas por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) de la Secretaría de Estado de Cooperación. El proyecto se denomina «Ibn Battouta: Programa de formación e información de sostenibilidad turística para la región Tánger-Tetuán», comenzó en 2008 y su plazo de ejecución es de cuatro años. En él participan grupos de investigación de las universidades de Cádiz (España) y Abdelmalek Essaadi (Marruecos) cuyos miembros pertenecen a distintas disciplinas: geografía, biología, geología, historia, estadística, economía y turismo.

actualizada y de difícil acceso². Por ello, una de las actuaciones del proyecto ha sido la organización de un observatorio de sostenibilidad turística que tiene sede en la Universidad Abdelmalek Essaadi distribuida en dos subsedes, una en Tánger y otra en Martíl (Tetuán), que deben servir como herramienta de difusión y análisis de la información de la actividad turística para agentes, gestores y ciudadanos. Además de la información elaborada por los distintos organismos públicos y privados se ha procedido a realizar una encuesta muestral para conseguir datos sobre la percepción de los distintos actores implicados. Dentro de esa línea de actuación se elaboraron tres tipos de encuestas para sondear la opinión de los diversos colectivos relacionados más directamente con la actividad turística: expertos, turistas, ciudadanos y empresarios del sector turístico de las ciudades de Tánger y Tetuán. Se han realizado 605 encuestas con la siguiente distribución: 183 a turistas, 177 a expertos y gestores, y 245 a ciudadanos. Las tres tipologías de encuestas se realizaron de forma homogénea en las ciudades de Tánger y Tetuán, además se distribuyó otro cinco por ciento en la ciudad de Larache.

Figura 1
DISTRIBUCIÓN POR TIPOLOGÍA DE ENCUESTAS



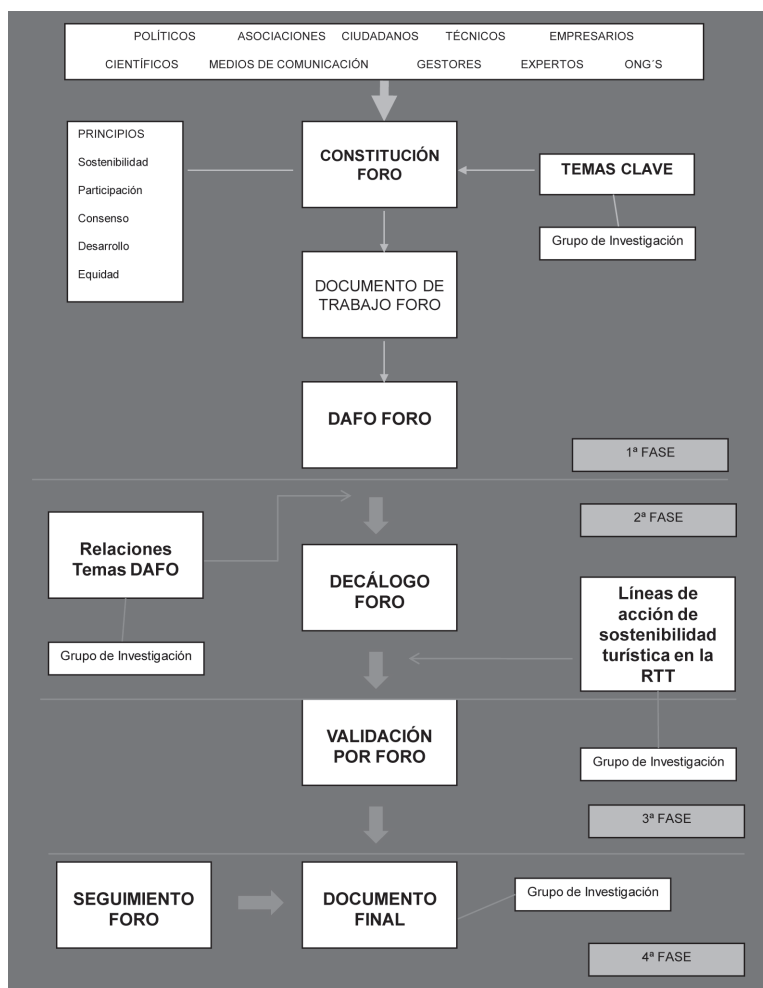
Fuente: Elaboración propia, 2012.

Las encuestas se distribuyeron en dos lenguas (francés y español). En el caso de las encuestas a expertos y gestores, los encuestados se seleccionaron entre profesores e investigadores en turismo, directivos y técnicos de hoteles, restauradores, agentes de viajes, directivos y técnicos de empresas de transportes, gestores, técnicos de instituciones turísticas, etc.

La mayor parte del cuestionario era cerrado, valorándose entre 1 y 5 en función del nivel de satisfacción o de la relación con el sector. En dos de los tres tipos de encuestas se incluyó una pregunta abierta que nos ha permitido conocer factores y realidades no incluidas en las cuestiones cerradas. Una vez obtenidos todos los datos se realizó un primer

² Esta afirmación se constata en los datos que se han tenido que utilizar en el apartado de la actividad turística del presente artículo.

Figura 2
FLUJOGRAMA DE FUNCIONAMIENTO DEL FORO



Fuente: Elaboración propia, 2010.

análisis cuantitativo y, posteriormente, un segundo análisis cualitativo de los resultados obtenidos³.

³ Para la elaboración de este trabajo ha sido fundamental la ayuda prestada, entre junio y octubre de 2009, por los alumnos de la Universidad Abdemalek Essaadi (Licenciatura de Turismo), así como las aportaciones y análisis realizados por los profesores, Carmen Dolores Ramos González y Juan Antonio García Ramos del Departamento de Estadística e investigación operativa de la Universidad de Cádiz, para analizar los datos obtenidos procedentes de las 605 encuestas con la siguiente distribución: 183 a Turistas, 177 a expertos y gestores, y 245 a ciudadanos. para lo cual se ha utilizado el software SPSS.

En segundo lugar y con el fin de completar este análisis estadístico se constituyó un foro (cuyo objetivo era promover la participación) sobre turismo sostenible, donde participaron distintos agentes de la actividad turística del norte de Marruecos: empresarios de los distintos sectores relacionados con el turismo, organizaciones no gubernamentales, asociaciones de ciudadanos, políticos y técnicos de las diversas administraciones, científicos y expertos, medios de comunicación, etc. El foro es una herramienta ya utilizada en los procedimientos de elaboración de agendas 21 locales⁴ donde se reúnen a todos los agentes e instituciones implicados, en este caso, en la actividad turística. La dinámica de trabajo es la que se presenta en el anterior flujograma.

En un apartado posterior se analizarán los resultados de los foros organizados dentro del proyecto.

2. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA REGIÓN TÁNGER-TETUÁN

Para conocer la actividad turística de esta región se deben analizar los recursos de la zona, la evolución de la oferta actual y la demanda existente. Esta radiografía del sector se sustenta en datos estadísticos de diversas fuentes institucionales que servirá para contextualizar y valorar con mayor precisión la opinión de los diferentes agentes encuestados y que se analiza a continuación (SAÏGH, 2005). Asimismo, hemos utilizado los resultados obtenidos de nuestras propias encuestas realizadas en la región. (Vid. infra apartado 3)

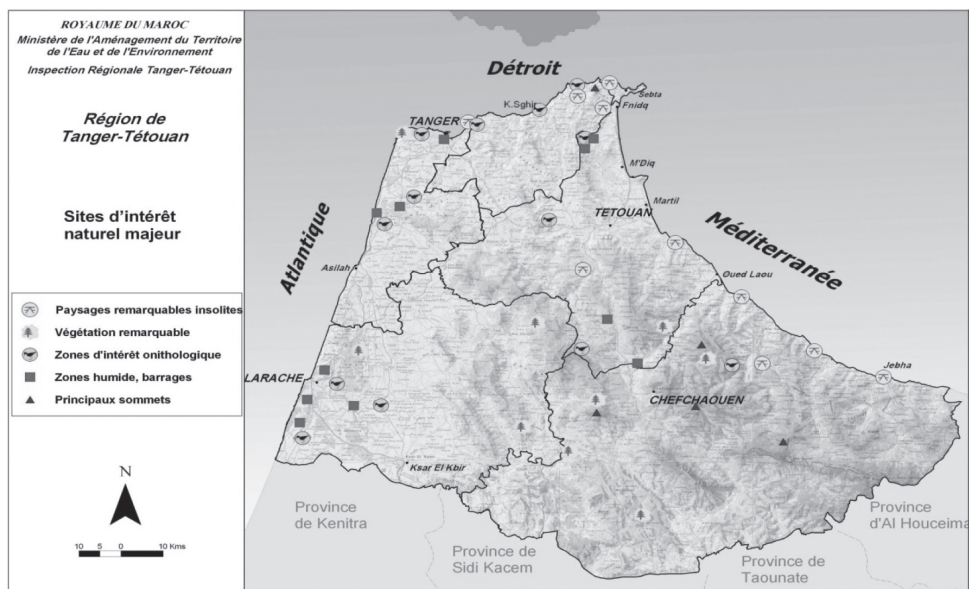
2.1. Los recursos turísticos

La región Tánger-Tetuán se sitúa en el entorno del estrecho de Gibraltar siendo bañada por el océano Atlántico y el mar Mediterráneo. Esta situación geográfica la dota de unas condiciones climáticas muy similares a las existentes en el sur de España con una media de temperatura anual entre 14 y 18 grados, unos 800 mm. de lluvias anuales y un número muy elevado de horas de insolación al año. De igual manera sus 375 km. de costa la convierten en un territorio idóneo para el desarrollo de un turismo de sol y playa (Azzariohi, 2010). Las principales playas se encuentran situadas en la costa atlántica aunque no son pocas las localizadas entre Cabo Negro y Martíl en la provincia de Tetuán (Hilali, 1995). A estas características litorales se unen los recursos naturales y culturales localizados en la provincia de Chefchaouen, al sureste de la ciudad de Tetuán, destacando la propia ciudad capital de la provincia y su parque natural que cubre gran parte del territorio (el Parque Natural de Talasemtane y el parque Natural Régional de Bouhachem están en proceso de creación) (López et al. (b), 2011).

El patrimonio cultural es un recurso aún poco explotado. Las medinas ancestrales y bien conservadas son un atractivo de la región que debe ser puesto en valor. Lo mismo se puede afirmar de los recursos históricos-arqueológicos existentes en toda la región. Dichos recursos necesitan de una política de protección, rehabilitación y puesta en valor del patrimonio que posibilitará una mejora significativa de la oferta turística (Arcila et al.,

⁴ La experiencia de los autores en otras agendas 21 como la de La Janda y la Costa Noroeste, ambas en la provincia de Cádiz, nos hace afirmar que el foro es una herramienta útil de participación y de consenso (Barragán et al., 1999; Barragán et al., 2002).

Figura 3
RECURSOS NATURALES DE LA REGIÓN TÁNGER-TETUÁN



Fuente: Ministerio del Territorio, del Agua y del medio Ambiente de Marruecos, 2008.

2011). Un ejemplo significativo, en este sentido, es el caso de la ciudad de Tamuda, en los alrededores de la ciudad de Tetuán, que a pesar de su indiscutible importancia histórica (D. Bernal; B. Raissouni, A.M.; Sáez, M.; Bustamante, J.J.; Díaz, M.; Lara, M.; Ghottes, J.A.; Riquelme, J.; Lagóstena y J. Verdugo, 2011) aún tiene una escasa difusión y explotación.

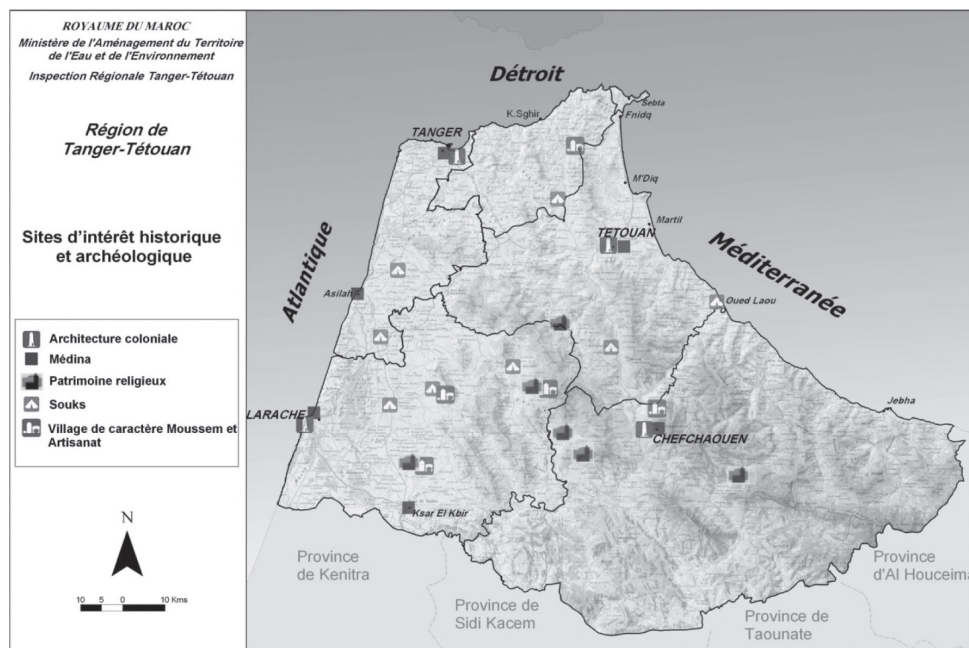
El turismo urbano del norte de Marruecos está muy unido al turismo cultural y patrimonial. En la región existen ciudades con gran interés turístico y patrimonial como son Tánger, Tetuán, Asilah, Martíl, Larache y Chefchaouen (López et al (a), 2011) (ver figura 4) pero carecen desde el punto de vista turístico de las infraestructuras y equipamientos adecuados. También se detectan carencias en las políticas de explotación turística de dichos recursos, así como una mayor coordinación entre las diferentes administraciones públicas y el sector privado).

2.2. La Oferta turística

Para analizar la oferta turística en la región se estudian dos variables esenciales: el número de hoteles y el número de camas por categoría hotelera⁵.

⁵ Somos conscientes de las carencias de analizar un número tan reducido de variables, pero sólo tiene como objeto hacer evidente las características básicas de la oferta dejando para un trabajo posterior una mayor profundización.

Figura 4
RECURSOS HISTÓRICOS-CULTURALES EN LA RTT



Fuente: Ministerio del Territorio, del Agua y del Medio Ambiente de Marruecos, 2008.

En primer lugar destaca la escasa oferta global de la región. Si se compara con la provincia de Cádiz, con unas características territoriales similares⁶, se observa como la oferta de la región española cuadruplica la existente en la región Tánger-Tetuán en valores absolutos. Si esta comparación se realiza con los datos relativizados por población las diferencias son aún más extremas, ya que el indicador de establecimientos y población en la región Tánger-Tetuán es de 0.024 mientras que en el caso de Cádiz se eleva a 0.193.

En el análisis de los datos por prefecturas y provincias destaca la escasa oferta hotelera en Larache con sólo hoteles de una y dos estrellas. Igualmente se detecta una reducida oferta de la provincia de Chefchaouen a pesar de ser un territorio con grandes posibilida-

⁶ Evidentemente entre ambas zonas existen diferencias importantes pero creemos que puede ser unidades territoriales comparables. La población de la provincia de Cádiz está en torno a 1.250.000 habitantes y la región Tánger Tetuán a 2.600.000. En cuanto al tamaño están más próximas con una superficie de 7.500 km² de la provincia de Cádiz y 11.300 km² de la RTT. Ambas tienen una superficie costera similar con espléndidas playas, ciudades importantes como Tánger, Tetuán y Chefchaouen en el caso marroquí, y Cádiz, Jerez de la Frontera y Algeciras en el caso español. También hay grandes similitudes desde el punto de vista natural y cultural. Aunque somos conscientes que ambas regiones están en estado de desarrollo muy diferentes (Cádiz presenta cierto grado de madurez en turismo de sol y playa, en cambio la RTT está iniciando su desarrollo).

Cuadro 1
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR CALIFICACIÓN EN LAS
REGIONES DEL ESTRECHO

	1 estrella	2 estrellas	3 estrellas	4 estrellas	5 estrellas	Totales
RTT	17	16	20	8	3	64
Cádiz	49	62	59	65	7	242

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos e IEA, 2011.

des turísticas sobre todo en aquellas actividades orientadas a la oferta cultural y natural (LÓPEZ, J.A. y ARCILA, M.; 2012).

Más del 50 % de todos los hoteles de la región se concentran en Tánger que se eleva al 86 % si incluimos a Tetuán. En sentido contrario el número de hoteles en Larache no llega a representar el 5 % de toda la región.

Es importante resaltar la reducida cifra de hoteles de 5 estrellas, sólo tres establecimientos en toda la región concentrados en las provincias de Tánger y Tetuán.

Cuadro 2
NÚMERO DE HOTELES CLASIFICADOS POR NÚMERO DE ESTRELLAS

	Chefchaouen	Larache	Tánger	Tetuán	Total región
1 Estrella	2	1	9	5	17
2 Estrellas	2	2	8	4	16
3 Estrellas	1	-	10	9	20
4 Estrellas	1	-	4	3	8
5 Estrellas	-	-	2	1	3
Total	6	3	33	22	64

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

Con respecto al número de camas se mantienen las distancias entre la región de Tánger-Tetuán y la provincia de Cádiz, con más de veinte mil camas de diferencia a favor de la segunda.

Si se observa el número de camas se confirman los datos anteriores. Tánger concentra el 66,4 % del total. Las camas en hoteles de 5 estrellas significan algo más del 11 % de total de camas y se concentran en Tánger y Tetuán; principalmente en Tánger que representa más del 76 % del total de camas en hoteles de 5 estrellas (López , J.A y Arcila, M; 2012).

Cuadro 3
NÚMERO DE CAMAS CLASIFICADAS POR CATEGORÍA HOTELERA EN LAS REGIONES DEL ESTRECHO EN 2004

	1 estrella	2 estrellas	3 estrellas	4 estrellas	5 estrellas	Totales	Camas/ Población
RTT	884	1.461	3.865	1.322	998	8.530	3,45
Cádiz	1.726	2.390	5.187	18.948	1.584	29.835	23,99

Fuente: Haut Commissariat au Plan, 2007.

Cuadro 4
NÚMERO DE CAMAS POR TIPOLOGÍA DE HOTEL EN LAS PROVINCIAS Y PREFECTURAS EN 2004

	Chefchaouen	Larache	Tánger	Tetuán	Total región
1 Estrella	84	36	452	312	884
2 Estrellas	230	128	815	288	1.461
3 Estrellas	184	-	2.897	784	3.865
4 Estrellas	68	-	740	514	1.322
5 Estrellas	-	-	760	238	998
Total	566	164	5.664	2.136	8.530
Camas/población	1,08	0,35	7,43	4,13	3,45

Fuente: Haut commissariat au Plan y Observatorio Turístico de Marruecos, 2004 y 2008.

Chefchaouen destaca por su oferta en hoteles de nivel medio. Más del 50 % de todas las plazas hoteleras se localizan en la provincia de Tánger, y casi el 77 % de las camas de más de 5 estrellas están en la misma provincia. Por otra parte, si se analiza la relación entre oferta de camas y población, se observa como los datos más positivos coinciden con Tánger y Tetuán con valores que superan la media regional.

En los últimos años se constata un gran aumento de la oferta hotelera en la región, sobre todo en las zonas costeras. Esto se debe a la política seguida por las autoridades marroquíes conscientes del déficit de la oferta que presenta la región en particular y el país en general. Por esta razón existen planes turísticos que prevén un crecimiento de las plazas hoteleras que multiplica por cinco la actual oferta a nivel nacional. Lo anteriormente expuesto se ejemplifica en el Plan Azur. Debido a los múltiples proyectos de desarrollo turístico que se están llevando a cabo en la región (las estaciones de Tamuda Bay y de Lixus además de una veintena de proyectos que abarcan todo el territorio de la RTT), la capacidad de alojamiento de la RTT aumentó un 3,6% entre 2008 y 2009. De hecho, con estos nuevos equipamientos turísticos lo que se pretende es generar una oferta turística de alta gama orientada hacia un turismo internacional.

2.3. La demanda

La planificación institucional está provocando una subida del turismo internacional en la última década pasando de dos millones y medio en 1995 a más de nueve millones en 2010 (OMT, 2011). Esto significa un aumento del 256 %, percibiéndose un mayor crecimiento en la primera década del siglo XXI que en los últimos años del siglo XX. Esta afirmación se constata al observar la evolución de los ingresos por turismo que crece exponencialmente en el periodo estudiado. Llegándose a multiplicar por cinco. Por otro lado, al analizar la cuota de participación de Marruecos en las llegadas de turistas internacionales y el peso que representan dentro del turismo africano coteja su importancia ya que el peso relativo ha ido aumentando linealmente desde 1995 que representaba el 13 % frente al 20 % que suponía en el 2010. Este crecimiento en la cuota de llegadas de turistas se corrobora con el peso relativo que representa Marruecos en el entorno africano respecto a los ingresos obtenidos por dicho sector. De hecho, la mayor cuota regional la obtiene Marruecos en 2007 llegando a casi el 26 %, percibiéndose un descenso en el peso relativo de cuatro puntos en 2010, es decir, un 21, 2%. A pesar de ello este dato supone una variación de cinco puntos entre el periodo de 1995 a 2010.

Cuadro 5
DATOS GLOBALES TURÍSTICOS DE MARRUECOS

	Llegadas (en miles)	Cuota %	Ingresos (en miles)	Cuotas %
1995	2.602	12,9	1.304	16,2
1999	3.824	14,2	1.960	17,4
2002	4.303	s/d	2.646	s/d
2003	4.552	14,8	3.221	22,4
2004	5.477	s/d	3.924	s/d
2005	5.843	15,9	4.617	21,5
2006	6.558	16,1	5.967	24,5
2007	7.408	16,7	7.181	25,7
2008	7.879	16,9	7.168	23,6
2009	8.341	18,2	6.557	22,7
2010	9.288	18,8	6.720	21,2
Variación 1995/1999 (%)	46,9	1,3	50,3	1,2
Variación 2002/2010 (%)	115,8	4,0	153,9	-1,2
Variación 1995/2010 (%)	256,9	5,9	415,3	5,0

Fuente: OMT, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010.

Si se observa la evolución de las llegadas a Marruecos por las fronteras de Tánger y Ceuta observamos algunos datos que son significativos. De ellos se extrae que la primera nacionalidad por número de visitas es la española doblando a los ciudadanos del segundo país que más turistas aporta, Francia. Ambos, España y Francia, mantienen una dinámica de crecimiento durante toda la década del 2000. Estos dos países junto con Italia son los únicos que han aumentado en número de entradas entre 2007 y 2008. Asimismo, llama la atención como ha disminuido en esta misma década el número de entradas de ciudadanos de Estados Unidos⁷ y de Alemania. Del mismo modo, también es reseñable para el caso marroquí el descenso en la entrada de ciudadanos de la mayor parte de los países que aportan turistas al contexto global a otros destinos entre 2007 y 2008.

Cuadro 6
EVOLUCIÓN DE ENTRADAS POR LA FRONTERA MARROQUÍ

Nacionalidad	2001	2007	2008	Var % 07/08
<i>España</i>	77.344	138.205	147.063	6
<i>Francia</i>	38.443	71.589	76.605	7
<i>Reino Unido</i>	21.622	28.984	28.040	-3
<i>Países Árabes</i>	14.233	18.185	17.902	-2
<i>Alemania</i>	18.200	15.252	14.618	-4
<i>Estados Unidos</i>	27.707	13.468	12.232	-9
<i>Portugal</i>	8.249	12.166	12.024	-1
<i>Italia</i>	7.000	7.875	10.545	34
<i>Holanda</i>	4.564	8.367	7.662	-8

Fuente: Observatorio Turístico y Ministerio de Turismo de Marruecos, 2010.

A Marruecos llegan la mayoría de turistas extranjeros (50 %) por las fronteras situadas en la región Tánger-Tetuán, sobre todo, vía terrestre de Ceuta y vía marítima de Tánger⁸. En lo que a la región Tánger-Tetuán se refiere, el 18% de turistas (1.503.514) que pasaron por las fronteras de Marruecos en 2009 lo hicieron a través del puerto de Tánger.

⁷ En el caso de Estados Unidos el descenso de las entradas llega al 50 %.

⁸ En 2004 de los 7.234.704 visitantes que entraron en Marruecos, 3.390.055 lo hicieron por las fronteras situadas en la región. De ellos 1.538.015 accedieron por Ceuta y 1.746.925 por vía marítima a través de Tánger.

No obstante, el comportamiento de la actividad turística en las dos grandes ciudades de la región es muy distinto:

1. La ciudad de Tánger en 2011 duplica el número de pernoctaciones registradas en los hoteles que las existentes en Tetuán. La cifra de estancias en habitaciones en Tánger sobrepasa las 629.000 mientras que en la ciudad tetuaní no llega a los 246.000 pernoctaciones. Las razones son diversas pero destacan dos: la situación costera de la ciudad con varios kilómetros de playa urbana y lo que significa el puerto, como puerta de entrada para la ciudad para los españoles.

Cuadro 7
EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES Y LLEGADAS A LOS HOTELES
EN LA CIUDAD DE TÁNGER

Nacionalidad	PERNOCTACIONES			LLEGADAS		
	2001	2010	2011	2001	2010	2011
España	66.245	109.021	94.326	36.093	52.094	42.769
Francia	32.977	65.307	73.762	15.653	26.903	28.956
Países Árabes	12.009	16.617	15.428	4.648	5.548	5.969
Reino Unido	17.699	14.721	15.165	6.559	6.967	6.946
Alemania	14.469	11.720	13.590	7.040	6.211	7.492
Italia	6.085	11.284	12.100	2.378	5.231	4.166
Estados Unidos	18.538	10.998	10.709	12.980	6.286	6.433
Portugal	6.723	8.248	9.141	3.231	4.201	5.454
Holanda	3.753	5.690	6.421	2.113	2.866	2.734
Marruecos	262.231	304.349	311.593	123.546	152.096	156.186
Total	483.213	630.131	629.010	230.397	304.967	302.723

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

2. Los datos de la evolución de las pernoctaciones de los turistas de ambas ciudades entre el 2001 y 2011 evidencian un comportamiento muy distinto. Mientras la ciudad de Tánger mantiene en esta década un porcentaje de crecimiento en torno al 30 %, las pernoctaciones en Tetuán descienden en casi el mismo porcentaje (24,2 %). En cambio, si el análisis se circunscribe a los dos últimos años (2010 y 2011), los datos advierten de

tendencias distintas aunque más atenuadas. De hecho, aunque las dos ciudades presentan disminución en las pernoctaciones, es más acentuada en la ciudad de Tetuán. Los motivos de esta debilidad puede entenderse por el comportamiento de las pernoctaciones nacionales ya que en ambas ciudades significan más de la mitad del total. Por ello en Tánger, en la última década, el crecimiento de las pernoctaciones ha sido de más del 30% mientras que en la ciudad de Tetuán se ha mantenido estable, o presenta un crecimiento positivo de sólo un 0,3 %.

Cuadro 8
EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES Y LLEGADAS A LOS HOTELES
ENTRE ENERO Y SEPTIEMBRE EN LA CIUDAD DE TETUÁN

Nacionalidad	PERNOCTACIONES			LLEGADAS		
	2001	2010	2011	2001	2010	2011
Francia	98.720	57.714	51.871	15.652	10.167	9.727
España	11.285	13.334	13.436	5.254	7.479	6.239
Bélgica	22.068	11.418	10.669	1.619	1.669	1.564
Portugal	17.673	6.296	4.594	2.098	2.063	1.134
Reino Unido	1.496	1.261	3.015	466	529	654
Países Árabes	2.211	2.158	2.345	902	1.020	1.136
Suiza	5.134	1.540	2.280	499	252	350
Estados Unidos	1.335	2.047	1.678	738	1.419	918
Alemania	1.674	844	1.593	558	405	523
Marruecos	145.207	153.024	145.642	61.846	62.990	67.497
Total	324.945	260.386	245.938	93.171	92.272	93.178

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

3. En relación al número de pernoctaciones medias entre las dos ciudades también se perciben notables diferencias. Aunque si observamos los datos vemos que las medias globales son similares 2,1 para Tánger y 2,6 para Tetuán. En cambio la distancia aumenta si atendemos a la relación existente entre pernoctaciones y llegadas por nacionalidades de los turistas. Para el caso de los turistas franceses el porcentaje en Tánger se cifra en un 2,5 y en Tetuán se eleva a 5,3. Este mismo comportamiento se observa en los turistas

británicos con un 2,2 para Tánger y un 4,6 para Tetuán. Por último es destacable una conducta similar en los turistas marroquíes. De hecho, en ambas ciudades los datos son muy próximos 2,0 y 2,2. Todos estos aspectos se explican de nuevo por la localización fronteriza de Tánger que la convierte en un ciudad de paso con una media de estancia menor que otras ciudades marroquíes.

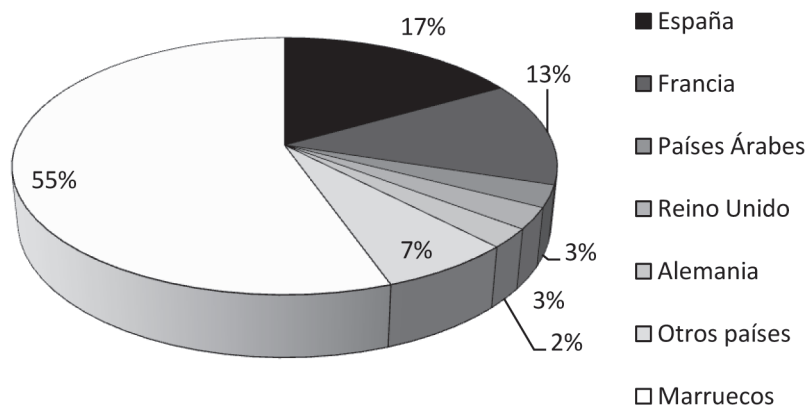
Cuadro 9
PERNOCTACIONES POR NACIONALIDAD DEL TURISTA EN LAS
CIUDADES DE TÁNGER Y TETUÁN

Nacionalidad	TÁNGER			TETUÁN		
	<i>Pernoctaciones</i>	<i>Llegadas</i>	<i>Nº de pernoctaciones/ Llegadas</i>	<i>Pernoctaciones</i>	<i>Llegadas</i>	<i>Nº de pernoctaciones/ Llegadas</i>
España	94.326	42.769	2,2	13.436	6.239	2,2
Francia	73.762	28.956	2,5	51.871	9.727	5,3
Bélgica	-	-	-	10.669	1.564	6,8
Países Árabes	15.428	5.969	2,6	2.345	1.136	2,1
Reino Unido	15.165	6.946	2,2	3.015	654	4,6
Alemania	13.590	7.492	1,8	1.593	523	3,0
Italia	12.100	4.166	2,9	-	-	-
EE. UU.	10.709	6.433	1,7	1.678	918	1,8
Portugal	9.141	5.454	1,7	4.594	1.134	4,1
Holanda	6.421	2.734	2,3	-	-	-
Suiza	-	-	-	2.280	350	6,5
Marruecos	311.593	156.186	2,0	145.642	67.497	2,2
Total	629.010	302.723	2,1	245.938	93.178	2,6

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

Si analizamos los datos de este cuadro por separado y lo convertimos en sendas figuras observamos con mayor claridad el peso que representa para ambas ciudades el turismo nacional a diferencia de lo que se podría pensar a priori por la cercanía del continente europeo.

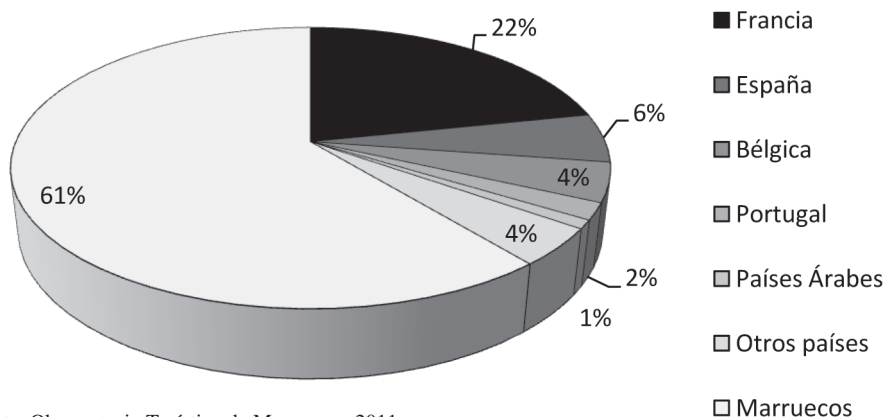
Figura 5
PERNOCTACIONES EN 2011 EN TÁNGER POR NACIONALIDAD



Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

4. Por lo que respecta a las nacionalidades de los turistas que visitan a ambas ciudades los marroquíes, como se afirmó anteriormente, significan más del 50 % de las pernoctaciones. Las diferencias se detectan en la procedencia de los turistas extranjeros: en Tánger son los españoles con un 17 % y en Tetuán los franceses con el 22 %. Es significativo que los españoles sólo representan el 6 % de los visitantes en Tetuán, máxime cuando ésta ciudad fue capital del protectorado español y los lazos culturales en la actualidad siguen siendo muy evidentes. No todas las nacionalidades están presentes en las dos ciudades. Así en Tetuán se constata la presencia de suizos y belgas mientras son inexistentes en Tánger, y por el contrario turistas italianos y holandeses visitaron la ciudad de Tánger en 2011 y no tienen presencia en Tetuán.

Figura 6
PERNOCTACIONES EN TETUÁN EN 2011 POR NACIONALIDADES



Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

5. Por último, existe un comportamiento distinto de los turistas franceses en estos dos municipios. Mientras el número de visitantes en Tánger crece un 123,7 % en esta década, en Tetuán desciende casi un 50%. Por el contrario, las cifras de visitantes británicos disminuyen en el municipio tangerino en casi un 15 %, y en Tetuán crece más de un 100 %.

Cuadro 10
TASA DE VARIACIÓN DE PERNOCTACIONES POR NACIONALIDADES EN LAS CIUDADES DE TÁNGER Y TETUÁN

Nacionalidad	Tánger		Tetuán	
	Variación entre 2010/2011	Variación entre 2001/2011	Variación entre 2010/2011	Variación entre 2001/2011
España	-13,5	42,4	0,7	19,1
Francia	12,9	123,7	-10,1	-47,5
Países Árabes	-7,2	28,5	8,7	6,1
Reino Unido	3,0	-14,3	139,1	101,5
Alemania	15,9	-6,1	88,7	-4,8
Italia	7,2	79,9	-	-
Estados Unidos	-2,6	-42,3	-18,0	25,7
Portugal	10,8	35,9	-27,0	-74,0
Holanda	12,8	71,1	-	-
Marruecos	2,4	30,2	-4,8	0,3
Bélgica	-	-	-6,6	-39,6
Suiza	-	-	48,1	-55,6
Total	-0,2	30,2	-5,5	-24,3

Fuente: Observatorio Turístico de Marruecos, 2011.

Una vez analizado todos estos aspectos y basándonos en ellos, pasaremos en el siguiente apartado a realizar un análisis cualitativo sobre la percepción que tienen los agentes turísticos, así como los turistas, tanto nacionales como internacionales sobre la región Tánger-Tetuán.

3. LA PERCEPCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA REGIÓN TÁNGER-TETUÁN

En este apartado se exponen los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en las ciudades de Tánger, Tetuán y Larache entre turistas, ciudadanos y agentes turísticos en el marco del proyecto cooperación Ibn Battouta. La muestra está comprendida por 605 encuestados.

3.1. La percepción de la actividad turística entre los turistas

Con los datos obtenidos en el muestreo se puede afirmar que el 41% de los encuestados presentan cierta fidelización con el destino ya que han visitado más de una vez Marruecos. De ellos, casi el 25% se alojan en hoteles y el 43,4% lo hacen en casas de amigos o familiares. De las personas consultadas casi el 60% estaban visitando el país por motivo de ocio mientras el 17% lo hacían por motivos laborales.

En cuanto a las características de los turistas se observa que sólo un tercio de los consultados es mayor de 50 años y en torno al 50% tenía entre 30 y 50 años. Este hecho indica que los turistas representan a una población madura y por los datos obtenidos referente al nivel de estudios y situación laboral constituyen un estrato social medio alto con estabilidad económica y social. Otro elemento a destacar es la procedencia europea de la mayoría de los entrevistados.

Respecto a la percepción que los encuestados tienen sobre los servicios turísticos y las infraestructuras es muy dispar aunque, por lo general, exteriorizan una percepción negativa en su conjunto. Sirva como ejemplo que el 18,6% considera que las carreteras son malas o muy malas. Cuando se analiza los ítems relacionados con la calidad de los establecimientos hoteleros las estadísticas se desploman, es decir los datos atestiguan que sólo el 9% de los entrevistados valoran como buena o muy buena la calidad de sus servicios y el resto poseen una visión negativa de estos. De igual manera el 50% de los encuestados señala las pésimas señalizaciones hoteleras y de servicios que existen en la región y un porcentaje similar, el 44%, considera inadecuados la ubicación y los servicios que ofertan las oficinas de turismo. En esta misma línea se puede argumentar que la oferta de ocio es considerada como mala o muy mala por el 54,1%. Preocupante, también, es la percepción de los entrevistados sobre la limpieza de las playas ya que un 30% la valoran negativamente.

Por otra parte existen algunos aspectos que son valorados positivamente. Así un 45% de los encuestados considera que los precios de los servicios ofrecidos son buenos o muy buenos. En el mismo sentido, el número de restaurantes y la calidad de los mismos son valorados como buenos o muy buenos por más del 45% y sus precios en relación con la calidad que ofrecen son buenos o muy buenos por el 41,7%. Es decir, se tiene una mejor consideración de la restauración por parte de los turistas que de la hostelería de la región Tánger-Tetuán.

Finalmente, y aunque pueda causar cierta sorpresa, se puede afirmar que la percepción global de los turistas que visitan la región es positiva. Esta afirmación está avalada por la opinión de más del 80% de los encuestados que opinan que Marruecos ha superado sus expectativas y casi el 20% de los turistas encuestados dice que se siente muy satisfecho con lo encontrado en el país. Del mismo modo cerca del 70% recomendaría este destino entre sus amigos y familiares. En definitiva estos resultados son esperanzadores ya que a pesar de la baja opinión que los entrevistados poseen de una parte importantes de los servicios ofertados en la región y del destino, las vivencias obtenidas y las sensaciones vividas por los turistas los animan a calificar el destino como bueno y a considerar recomendable esta región como destino.

3.2. La percepción del sector turístico entre expertos y gestores

La opinión general expresada por los expertos y gestores turísticos es relativamente negativa. Sus quejas se centran en los transportes y en las infraestructuras asociadas a ellos, así como en la oferta turística en sus diferentes vertientes. La valoración de los entrevistados sobre el transporte férreo es muy negativa⁹, ya que el 55,3% lo consideran malos o muy malos. En la misma línea, el transporte aéreo también es calificado en los mismos términos por casi el 43%. De las modalidades de transporte, el servicio marítimo es el mejor valorado aunque sólo el 21,4% lo considera bueno o muy bueno. También se quejan de la señalética turística que es considerada como mala o muy mala por el 35% de los encuestados. Conviene destacar la baja consideración que los expertos tienen sobre la oferta hotelera de la región, en este sentido, sólo es calificada como muy buena por el 9,6%, elevándose al 18,1% en el caso de la restauración. Coincidiendo en este punto con la opinión de los turistas. Por último, el 46% de los expertos y gestores turísticos valoran como mala o muy mala la oferta de ocio de la región.

Los aspectos que son valorados positivamente por los entrevistados son la seguridad¹⁰, los recursos turísticos de la región¹¹ y la calidad y cuidado de sus playas, cuya opinión no coincide con la de los turistas.

Asimismo existe un consenso mayoritario al considerar al turismo como una fuente de riqueza básica para la región. Varias son las respuestas que avalan esta afirmación. Así el 72,9% percibe el turismo como beneficioso económicamente para la región. Del mismo modo cerca del 65% considera que esta actividad beneficia a la sociedad, a la economía y más de la mitad piensa que tiene sinergias positivas para la cultura de la región Tánger-Tetuán.

3.3. La percepción del sector turístico para los ciudadanos de la Región

La percepción de los ciudadanos sobre las características del sector turísticos no difieren en exceso de la expresada por turistas y gestores. Así se observa como la opinión de la población que reside en la región es similar en cuanto al estado de desarrollo de las infraestructuras de transportes siendo considerada como mala o muy mala por el 43% de los encuestados. Entre los residentes encuestados de la región también existe una baja valoración en torno a la oferta hotelera que es calificada de mala o muy mala por casi un 30%. La mitad de los encuestados consideran mala o muy malas la oferta hotelera, del mismo modo que algo más del 50% de los residentes presentan la misma opinión respecto a la oferta de ocio. Por el contrario casi el 30% considera los servicios de restauración de buenos o muy buenos.

En definitiva existe, según la opinión de los encuestados, una serie de aspectos a mejorar que son: equipamientos y oferta turística (35,9 de los encuestados piensan que son mejorables) y las infraestructuras de transportes (opinado por el 17,1% de los entrevistados).

9 Ciertamente esta valoración se debe al déficit de servicios ferroviarios que presenta la región.

10 El 34 % opina que la seguridad es buena o muy buena.

11 Un 25,9 piensa que los recursos turísticos son buenos o muy buenos.

Es importante señalar que los ciudadanos están concienciados de la importancia del turismo para el desarrollo de la región. Es unánime el papel relevante que debe jugar el turismo en la economía del país. De hecho el 98% considera esencial este sector para Marruecos. El 85% de los ciudadanos creen que beneficia a la Región desde el punto de visto social y económico.

3.4. Comparación de las opiniones de turistas, ciudadanos y expertos en relación con la actividad turística

De forma general se puede afirmar que la percepción de algunos elementos es muy distinta, a veces explicado por unas vivencias distintas de la misma realidad y en otros casos por la existencia de diferentes criterios de valoración de la calidad.

Cuadro 11
COMPARATIVA ENTRE LAS OPINIONES DE TURISTAS, CIUDADANOS Y EXPERTOS (EN %)

	<i>Turistas</i>	<i>Ciudadanos</i>	<i>Expertos</i>
Señalizaciones turísticas			
Consideran mala o muy malas	50	-	35
Consideran buenas o muy buenas	18,1	-	15,2
Carreteras			
Consideran mala o muy malas	18,6	43,1	20,4
Consideran buenas o muy buenas	35,7	12,6	11,9
Hoteles			
Consideran mala o muy malas	70	29,3	16,3
Consideran buenas o muy buenas	9,3	18,7	9,6
Restaurantes			
Consideran mala o muy malas	7,8	22,4	19,3
Consideran buenas o muy buenas	46,7	29,3	18,1
Oferta de ocio			
Consideran mala o muy malas	54,1	54,1	46,4
Consideran buenas o muy buenas	14,8	13,4	9,7
Transportes público			
Consideran mala o muy malas	40,7	-	34,5
Consideran buenas o muy buenas	19,8	-	10,1

Elaboración propia, 2012.

En cuanto a las señalizaciones turísticas las opiniones son coincidentes entre turistas, ciudadanos y expertos, siendo en general muy negativa sobre todo entre los turistas. De igual modo las opiniones son muy similares entre los tres tipos de agentes analizados en la oferta de ocio y los transportes públicos, en ambos casos son considerados malos o muy malos.

En el resto de puntos analizados las percepciones son diferentes e incluso contrapuestas. Quizás el caso más significativo es la opinión sobre los hoteles donde la distancia de porcentajes entre los turistas que piensan que la oferta es mala o muy mala y los expertos que apoyan esta misma idea es de casi de 60 puntos. En el caso de las carreteras los ciudadanos son los que tienen una peor opinión sobre su estado. Por otra parte, los turistas y expertos son más benévolos a la hora de juzgar las infraestructuras, posiblemente conscientes de la realidad económica y social del país. Es reseñable la alta consideración de los turistas con respecto a los establecimientos de restauración en contraposición de la menor valoración de los expertos.

Todos estos aspectos fueron contrastados y evaluados posteriormente a través de una metodología participativa con la realización del Foro Internacional Ibn Battouta que se desarrolló en el Instituto Superior Internacional de Turismo de Tánger.

3.5. Resultados del foro Ibn Battouta sobre turismo sostenible

En 2010 se celebró el primer foro en Tánger con la participación de más 80 personas que representaban a los distintos sectores de la actividad turística de la región Tánger-Tetuán. Como se ha expuesto en un trabajo anterior (López Sánchez *et al.* (c), 2011) «el Foro se plantea como un medio para canalizar los resultados de los trabajos desarrollados por los investigadores de ambas universidades y de establecer un proceso de *feedback* con los diferentes agentes de influencia directa en el desarrollo de la Región Tánger-Tetuán en particular y Marruecos en general. El desarrollo de las Jornadas se estructuró en torno a una metodología de trabajo muy concreta sustentada en el empleo de la herramienta analítica matriz DAFO.

Después de una dinámica de trabajo en grupos de debates por distintas temáticas se alcanzaron una serie de acuerdos que luego fueron organizados por orden de importancia, cuantificando su prioridad de 1 a 5, siendo 5 la de mayor relevancia. En la siguiente tabla se presentan las conclusiones obtenidas con las valoraciones alcanzadas según los criterios de los participantes en el foro.

De los anteriores resultados se extraen una serie de conclusiones. Desde los distintos ámbitos que representan los participantes del foro se es consciente de que son muchas las debilidades existentes en la actualidad para ofrecer un turismo sostenible de calidad. Dentro de estas debilidades, junto a las derivadas de una mala gestión de recursos, se manifiesta, en campos generales y específicos, la necesidad de formación en los distintos niveles (López *et al.* (c), 2011).

En cuanto a las fortalezas, se constata que la principal potencialidad de la Región la constituye la riqueza de recursos naturales y patrimoniales. Por otro lado destaca la concienciación de la población en cuanto a la importancia del turismo como posible motor económico de la región. Estas fortalezas unidas a las oportunidades externas generan un

Cuadro 12
CONCLUSIONES DEL FORO

DEBILIDADES		FORTALEZAS	
Enunciado	Prioridad	Enunciado	Prioridad
Falta de coordinación entre los distintos organismos gubernamentales	5	Diversidad de recursos naturales, culturales y patrimoniales	5
Malas comunicaciones para el turismo interior	5	Estabilidad política en Marruecos	5
Necesidad de la extensión del aeropuerto de Tetuán	5	Localización geográfica	5
Mala gestión de residuos y contaminación	5	Gran diversidad geográfica	4
Falta de infraestructuras rurales y tecnología de la información	5	Mejora de la calidad y refuerzo de la red de carreteras	4
Falta de empresas especializadas en turismo rural	4	Reserva de la Biosfera intercontinental (Andalucía - RTT)	3
Sobreexplotación de los recursos naturales	4	Destino con gran potencialidad para el desarrollo de un turismo sostenible	3
Presión demográfica sobre los recursos naturales	3	El 98% de la población considera el turismo como dinamizador socioeconómico	3
Carencia jurídica sobre la protección de los derechos de los consumidores	3	Potencial humano	3
Falta de guías turísticos que dominen varios idiomas	3	Posicionamiento preferente de la RTT en formación respecto de otras regiones de Marruecos	3
Insuficiente implicación de la población	2		
AMENAZAS		OPORTUNIDADES	
Enunciado	Prioridad	Enunciado	Prioridad
Presión urbanística sobre la banda litoral. Construcción rápida e incontrolada	5	Demanda creciente de turismo alternativo	5
Destrucción del medio ambiente natural y cultural	5	Proceso de Regionalización avanzado	5
Predominio de hoteles sin clasificación	5	Existencia de nichos prometedores: animación, deportes acuáticos, turismo rural	5
Falta de una visión integrada del desarrollo del turismo rural	4	Posibilidad de establecer y reforzar partenariados con sociedades extranjeras para el desarrollo de las infraestructuras físicas	5
Falta de un plan de acción para los colectivos locales	4	Interés de la administración por el sector turístico	4
Falta de información sobre los medios de transporte interurbanos y regionales	3	Agro-ecoturismo	4
Falta de formación sobre turismo local	3	Creación de rutas marítimas	3

Elaboración propia, 2012.

marco muy favorable para el desarrollo de una actividad turística compatible con el medio e integrada en la sociedad y la economía de la región Tánger-Tetuán.

4. CONCLUSIONES

La elaboración de este trabajo ha puesto de manifiesto, una vez más, la enorme complejidad y dificultad que significa realizar un estudio de investigación sobre el sector turístico marroquí. En las últimas décadas se viene observando una transformación y modernización del país que, en cierta medida, han contribuido al desarrollo del sector turístico debido no sólo al cambio producido en la administración estatal, sino también a la gran inversión económica efectuada por el sector público y privado. En este sentido también ha contribuido el diseño de los nuevos Planes Turísticos inexistente hasta tiempos recientes. Todas estas circunstancias están contribuyendo a un proceso paulatino de metamorfosis del sector turístico en particular y de la sociedad marroquí en general (López, J.A. y Arcila, M.; 2012)

A pesar de lo expuesto podemos decir que el norte de Marruecos presenta una oferta turística poco diversificada. De hecho, la administración está apostando en la última década, casi exclusivamente, por el turismo de sol y playa pese a tener un gran potencial otras tipologías turísticas como las relacionadas con el turismo cultural (arquitectónico, histórico, etnográfico...), natural, urbano, etc.

Marruecos con los nuevos planes turísticos impulsados desde la administración se está convirtiendo en una potencia turística no sólo en África sino también en el Mediterráneo. En este sentido los dos principales puntos de entrada para el norte del país son por un lado la frontera de Ceuta donde los turistas que la cruzan son principalmente europeos siendo su destino Tetuán y por otro el puerto de Tánger (que presenta tanto turismo nacional como internacional) y cuyo destino es la ciudad de Tánger. En los últimos años el norte de Marruecos cuenta con un nuevo punto de entrada que es el puerto de Tánger-Med llamado a ser, en teoría, la gran puerta de entrada al país por el norte. Este hecho aún no se ha constatado y posiblemente no se confirme debido a la gran desconexión (falta de líneas de autobuses regulares, inexistencia de infraestructura ferroviarias para pasajeros, servicio de taxis inadecuadamente regularizado...) con la ciudad de Tánger. Por ello esta nueva megainfraestructura sigue coexistiendo con el puerto de la ciudad de Tánger que es el referente para el tráfico de pasajeros y de turista debido a su emplazamiento en el interior de la ciudad.

Como hemos analizados en este trabajo podemos observar que las mismas carencias que presenta el puerto Tánger-Med son aplicables a los diferentes resort que se están desarrollando en la costa marroquí (mal comunicados, escasez de infraestructuras con el interior, mal vertebrados...), si a esto le unimos una baja formación de los recursos humanos, poca sensibilidad medio ambiental por parte de la administración, descoordinación entre los intereses públicos y privados, excesiva burocratización y superposición de competencias en las nuevas estructuras políticas-administrativas creadas para la descentralización del estado marroquí, comprendemos el porqué Marruecos (a pesar de ser un país musulmán estable en una región inestable) no acaba de beneficiarse de esta coyuntura.

En este estudio no sólo se presenta la percepción del turista, sino que también presentamos la percepción que tienen los empresarios, los ciudadanos y los agentes públicos sobre el sector. Por ello, al ser analizado gran parte del universo turístico se ofrece una visión amplia y real del sector turístico en el norte de Marruecos fuera de los cánones oficiales. Pensamos que este análisis puede servir para ayudar a una mejor comprensión del sector y facilitar la ordenación de las políticas turísticas para la región Tánger-Tetuán.

Igualmente, cabe destacar que se ha abordado un estudio integral obteniendo una visión de conjunto sobre la región. Este estudio se formula a través de dos herramientas básicas y complementarias (foro y encuestas) abriendo de esta forma diferentes espacios de debate entre los agentes implicados en la actividad turística y con estas conclusiones pretendemos contribuir al desarrollo del sector turístico de la región Tánger-Tetuán. Con este instrumento se intenta que tanto el sector público como el privado afronten el futuro con mayor rigor en la toma de futuras decisiones y, al mismo tiempo, que sea un punto de partida para el desarrollo sostenible del sector.

Por último se constata la importancia del turismo en la región y su potencialidad como instrumento de desarrollo sostenible si se tienen presentes unos criterios básicos, que en la actualidad se están obviando como son la gestión sostenible desde la administración, la minimización de los impactos ambientales, la recuperación del patrimonio cultural como fuente de riqueza, la maximización de los beneficios para el medio ambiente y el desarrollo de una economía diversificada. Se puede afirmar que existe cierta voluntad política para contemplar estas líneas de manera formal, como aparecen reflejadas en el plan Azur 2020 (Inspection Regionale, 2011) aunque no se plasma en la práctica política por parte de la administración pública.

En definitiva se han extraído dos tipos de conclusiones por un lado las de ámbito metodológico (la importancia del uso de instrumentos de participación, máxime en un país tan singular como Marruecos, para conocer la percepción que tienen sobre el sector los distintos agentes, turistas y la sociedad en general) y por otro, aquellas relacionadas con la actividad turística donde podemos afirmar que la percepción que tienen tanto los turistas, los expertos como los ciudadanos sobre el sector es positiva, ya que piensan que el turismo es generador de riqueza y vertebrador de la región aunque son conscientes que existe una falta de concordancia entre la teoría que se defiende desde la administración y la práctica de las políticas turísticas implementadas y su repercusión en la sociedad marroquí.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ARCILA, M. et al. (2011): «Puesta en valor del patrimonio cultural como factor turístico: una aproximación al caso de la provincia de Cádiz y la Región Tánger-Tetuán», en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- AZZARIOHI, A. (2010): *La gestión del litoral en la región Tánger-Tetuán (Marruecos). Diseño de un modelo SIG para su gestión integrada*. Cádiz, Universidad de Cádiz, Tesis doctoral inédita.

- BARRAGÁN, J.M.; ARCILA, M.; MACÍAS, A.; CHICA, J.A.; MARÍN, P.; OCHOTORENA, T.; LUQUE, J.M. Y FERNÁNDEZ-MAYORALAS, I. (1999): *Agenda 21. Litoral de la Janda. Hacia un desarrollo sostenible*. Cádiz, Diputación Provincial de Cádiz
- BARRAGÁN, J.M.; ARCILA, M.; DE LOS RÍOS OAKES, M.; FERNÁNDEZ-MAYORALAS, I. (2002): *Agenda 21 de la Costa Noroeste de la provincia de Cádiz*. Cádiz, Universidad de Cádiz.
- BERNAL, D. et al. (2011): *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- BERNAL, D.; BUSTAMANTE, M.; DÍAZ, J.J.; GHOTTES, M.; LAGÓSTENA, J.; LARA, M.; RAISSOUNI, B.; RIQUELME, J.A.; SÁEZ, A.M. Y VERDUGO, J. (2011) «La cronosecuencia de Tamuda. Actividades arqueológicas en desarrollo del Plan Estratégico (Campañas 2009 y 2010)» en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- HILALI, M. (1995): «Retour sur la station touristique du littoral Tetouanais: aspects géographiques et socio-économiques des aménagements touristiques. dans: le littoral tetouanais», en *Travaux de la journée d'étude organisée par le Rectorat y le GRG-Rif*. pp. 17-39.
- HUMBERT, A. (2009): «Potencialidades para un turismo sostenible en el Marruecos Meridional», *Geographicalia*, nº 56, pp. 5-36.
- INSPECTION RÉGIONALE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE L'ENVIRONNEMENT TANGER-TÉTOUAN (2011): *Préfiguration du schémade développement touristique durable de la région Tanger-Tétouan*. Tánger, Conseil regional Tanger-Tétouan.
- LÓPEZ, J.A. y ARCILA, M (2012): «Tendencias y perspectivas del turismo de sol y playa en Marruecos. El caso de la región Tánger-Tetuán» en *Revista Estudios Geográficos*, nº 272 (2012) Madrid.
- LÓPEZ, J.A. Y ARCILA, M. (2012): *Guía de buenas prácticas de la actividad turística*. Madrid, Ed. Dykinson,
- LÓPEZ, J.A. et al. (2011) (a): «El turismo urbano en dos continentes. Sur de Europa versus Norte de África» en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- LÓPEZ, J.A. et al. (2011) (b): «Ecoturismo en el Norte de Marruecos» en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- LÓPEZ, J.A. et al. (2011) (c): «Proyecto Ibn Battouta. Metodología y conclusiones del I Foro sobre Turismo Sostenible en la Región Tánger-Tetuán» en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.

- MAATOUK, M. (2011): «Diagnóstico de los recursos naturales y culturales en la actividad turística» en *Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho. Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos*. Cádiz, Universidad de Cádiz y Diputación Provincial de Cádiz.
- OBSERVATORIO TURÍSTICO DE MARRUECOS (2011) (a): *Statistique sur la fréquentation hôtelière de la Ville de Tanger pour le mois de septembre 2011*. Rabat, Boletín del Observatorio Turístico de Marruecos.
- OBSERVATORIO TURÍSTICO DE MARRUECOS (2011) (b): *Statistique sur la fréquentation hôtelière de la Ville de Tétouan pour le mois de septembre 2011*. Rabat, Boletín del Observatorio Turístico de Marruecos.
- OMT (2005): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2006): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2007) (a): *Barómetros OMT del turismo Mundial*. vol. V, nº 3, octubre 2007, pp. 48. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2007) (b): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2008) (a): *Barómetros OMT del turismo Mundial*. vol. VI, nº 3, octubre 2008, pp. 52. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2008) (b): *Panorama del turismo internacional*. Organización Mundial de Turismo, Madrid, 2008.
- OMT (2009) (a): *Barómetros OMT del turismo Mundial*. vol. VII, nº 1, enero 2009, pp. 9. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2009) (b): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2010): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2011): *Panorama del turismo internacional*. Madrid, Organización Mundial de Turismo.
- SAÏGH BOUSTA, R. (2005): «Tourisme et perspective de développement au Maroc» en *dossier: Maroc, réalités et défis*. Rabat.

