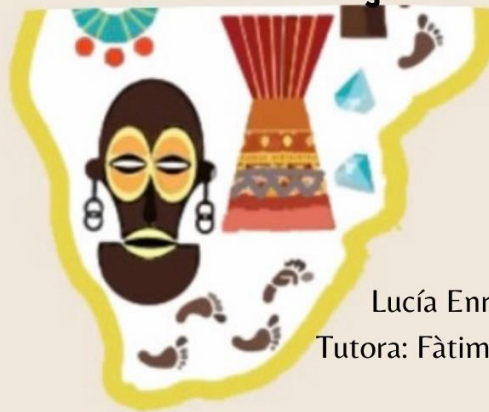


**DESENVOLUPAMENT I
ENFORTIMENT DEL TURISME
COMUNITARI A MOÇAMBIC**



Lucía Enrique Gutiérrez
Tutora: Fàtima Prat Tordera
12/01/2022
2n Batxillerat Social
Curs 2021-2022

AGRAÏMENTS

Avui, dia 1 de gener de 2022, escric aquests agraïments per començar l'any conclouent el meu treball de recerca i donant les gràcies a les persones que m'han donat tot el suport necessari al llarg del meu projecte.

M'agradaria començar donant les gràcies a la meva tutora, Fàtima Prat, ja que gràcies a la seva implicació i els seus coneixements i suport em va guiar a través de cadascuna de les etapes d'aquest treball per a aconseguir els resultats que buscava i dels quals estic molt orgullosa.

En segon lloc, als meus pares Sara i Jose, agrair-los tots els valors que m'han inculcat des de petita, el seu constant suport i sobretot donar-li les gràcies per oferir-me sempre l'abraçada reconfortant que necessitava encara quan els meus ànims dequeien.

Al meu germà, Lucas, per alegrar-me tots els dies i oferir-me sempre la seva ajuda. Seguidament, a la meva tieta Inma, qui sempre va estar allà per aportar idees i confiar en mi.

A les meves amigues, Lucía Vallecillos, Paola Mesa i Lúdia Cabezas, per estar sempre al meu costat dia rere dia, per l'ajuda mútua i per fer-me feliç en tots els moments. Gràcies per tots els consells i sobretot gràcies a elles.

Per últim, vull donar-hi les gràcies a totes aquelles persones que creuen i confien en mi.

RESUM

Este trabajo pretende analizar la relación entre la situación que sufre el África Subsahariana y el turismo comunitario. El estudio parte de la hipótesis según la cual a través de elaborar una propuesta de viaje basada en el turismo comunitario se puede conseguir una contribución a la mejora de las condiciones de las poblaciones indígenas. El punto de partida ha sido la elaboración de un análisis de la situación y de los indicadores socioeconómicos del África Subsahariana. Este análisis documental ha permitido sintetizar cinco factores que influyen en el continente: la climatología y geografía, la economía, la demografía, la política y las características sociales y culturales. En una segunda fase, el estudio analiza y trata una pequeña parte de la sociología del turismo y concretamente, se centra en el turismo comunitario. Por último, el trabajo explica un proyecto de una propuesta de viaje la cual se centra en Mozambique, concretamente en la etnia de los Chopi.

De entre todas las aportaciones del trabajo, destaca la necesidad de avanzar en la gestión sostenible y eficiente del turismo comunitario, para evitar, así, que una población rural sufra de nuevo problemas socioeconómicos.

ABSTRACT

This work seeks to analyse the relationship between the situation in Sub-Saharan Africa and community-based tourism. The study is based on the hypothesis that by developing a travel proposal based on community tourism, a contribution can be made to improving the conditions of indigenous populations. The starting point was an analysis of the situation and socio-economic indicators in Sub-Saharan Africa. This documentary analysis made it possible to synthesise five factors that influence the continent: climatology and geography, economy, demography, politics, and social and cultural characteristics. In a second phase, the study analyses and discusses a small part of the sociology of tourism and, specifically, focuses on community-based tourism. Finally, the paper explains a project of a travel proposal which focuses on Mozambique, specifically on the Chopi ethnic group.

Among all the contributions of the work, it highlights the need to advance in the sustainable and efficient management of community-based tourism, in order to prevent a rural population from suffering socio-economic problems once again.

INDEX

1 - INTRODUCCIÓ	1
2 - CONEIXEMENT DE L'ÀFRICA SUBSAHARIANA	2
2.1 GEOGRAFIA I CLIMATOLOGIA	2
2.2 SITUACIÓ ECONÒMICA	4
2.3 DEMOGRAFIA	8
2.4 SITUACIÓ POLÍTICA	10
2.5 CARACTERÍSTIQUES SOCIALS I CULTURALS	11
2.5.1 CREENCES I RELIGIÓ	12
2.5.2 LENGÜES	12
2.5.3 EXPRESSIONS ARTÍSTIQUES	13
2.5.4 MÚSICA I DANSA	14
2.5.5 VESTIMENTA AFRICANA	14
3 - INDICADORS SOCIOECONÒMICS	15
3.1 PIB	15
3.1.1 PIB per Càpita	16
3.1.2 PIB per Paritat de Compra	16
3.2 IDH	16
3.3 TAXA MORTALITAT INFANTIL	17
3.4 ÍNDEX SINTÈTIC FECUNDITAT	18
3.5 TAXA D'ALFABETITZACIÓ D'ADULTS	18
3.6 TAXA METGES PER CÁPITA	18
3.7 TAXA DE MIGRACIÓ I IMMIGRACIÓ	19
3.8 TAXA DE CREIXEMENT DEL TURISME	19
4- EL TURISME I EL SEU IMPACTE EN L'ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ	21
4.1 LLOCS DE TREBALL I OCUPACIÓ	22
4.2 FORMES DEL TURISME AFRICÀ : TURISME TRADICIONAL I TURISME COMUNITARI	23
5 - TURISME COMUNITARI, SOCIETAT I DESENVOLUPAMENT	24
5.1 DESENVOLUPAMENT I CANVIS SOCIALS	25
5.2 TURISME COM A BASE DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I SOSTENIBLE	27
5.3 EMPODERAMENT DE LES COMUNITATS RURALS, CAMPEROLES I INDÍGENES	28

5.4 OBJECTIUS DEL TURISME COMUNITARI	30
6 - CONSUM TURÍSTIC I MOTIVACIÓ PERSONAL DELS TURISTES EUROPEUS	31
6.1 OFERTA I DEMANDA TURÍSTICA	32
6.1.1 EL PODER DEL MÀRQUETING	33
6.2 GRUPS D'INTERÈS	34
6.3 BENEFICIS CULTURALS I PERSONALS DE REALITZAR UN VIATGE COMUNITARI	35
7 - PROJECTE	36
7.1 L'EMPRESA "FLY TO DISCOVER"	36
7.1.1 MISSIÓ I VISIÓ	37
7.1.2 FORMA JURÍDICA	37
7.1.3 OBJECTIUS PRINCIPALS DE L'EMPRESA	37
7.2 PROJECTE A MOÇAMBIC	37
7.2.1 INFORMACIÓ D'INTERÈS DE MOÇAMBIC	38
7.2.2 INFORMACIÓ DE L'ÈTNIA CHOPI	39
7.2.3 ASPECTES ECONÒMICS	39
7.2.4 UNIÓ "FLY TO DISCOVER" AMB L'ÈTNIA CHOPI	40
7.2.5 MARC LEGAL I POLÍTIQUES ENFOCADES AL TURISME	40
7.2.6 DOCUMENTACIÓ OBLIGATÒRIA I CONSIDERACIONS ABANS DE VIATJAR	41
7.2.7 IDIOMA I COMUNICACIÓ	43
7.2.8 CLASSE I PERFIL DELS TURISTES	43
7.2.9 QUÈ APORTARÀ EL TURISTA A LA POBLACIÓ	44
7.2.10 QUÈ S'OFERIRÀ A LA POBLACIÓ LOCAL I AL TURISTA ESTRANGER	45
7.3 EXPLICACIÓ DEL PROJECTE PILOT DE TURISME COMUNITARI EN ZAVALA: ELS CHOPI A TRAVÉS DELS SENTITS	46
7.3.1 EL NOSTRE VINCLE	46
7.3.2 L'ALLOTJAMENT	47
7.3.3 ACTIVITATS I TALLERS	47
CONCLUSIONS	53
BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA	55
ANNEXES	59

1 - INTRODUCCIÓ

En les últimes dècades el sector turístic s'ha vist immers en un intens procés de potenciació de la participació de les comunitats locals en els països en vies de desenvolupament que es materialitzen en iniciatives de turisme comunitari. Partint d'aquesta idea inicial, el treball que aquí comença exposarà la importància de l'impacte del turisme en l'economia i cultura regional d'un país de l'Àfrica Subsahariana.

El meu treball consisteix a crear un projecte que sigui capaç de demostrar que a través del turisme comunitari es pot aconseguir un impacte positiu en l'economia i societat de les comunitats rurals. El present projecte s'articularà en una àrea rural i es basarà en l'aplicació de diverses activitats i rutes que realçaran els diferents recursos naturals i elements històrics. Comptarà amb l'ajuda de l'organització empresarial de la mateixa comunitat local gestionada a través d'un altra empresa.

La meua inquietud va sorgir quan des de ben petita vaig comprendre que la majoria de les desigualtats a les quals s'enfronta el món són fruit de la falta de recursos i dels problemes d'accessibilitat que envolten a milions d'habitants. Si tots col·laborem podem canviar el món, només fan falta ganes i interès. Amb això en ment, vaig decidir posar-me a la feina i elaborar un projecte el qual tingués com a objectiu principal millorar la qualitat de vida dels més desfavorits a través d'un viatge comunitari on tant viatger com els residents locals intercanviessin experiències úniques.

Per aconseguir desenvolupar tot el treball i complir amb els objectius del projecte he dividit la tasca en dues parts, primer una part teòrica la qual tractarà des d'aspectes més enfocats a entendre la situació de l'Àfrica Subsahariana fins a una part de la sociologia del turisme. La segona part és una part més pràctica en la qual exposo el projecte amb tota l'explicació necessària.

2 - CONEIXEMENT DE L'ÀFRICA SUBSAHARIANA

2.1 GEOGRAFIA I CLIMATOLOGIA

L'Àfrica Subsahariana és una regió composta per 49 països entre els quals es troben els més pobres del món. Està situada al continent africà i la separa del nord el desert del Sàhara, el qual divideix aquest terreny en dues realitats diferents.

El sud del Sàhara, també conegut com a Àfrica Subsahariana o Àfrica negra, està dividit en quatre subregions: Àfrica oriental, Àfrica occidental, Àfrica austral i Àfrica central.

L'Àfrica oriental comprèn els països situats a l'est del continent, com per exemple: Tanzània, Uganda, Somàlia, Etiòpia, Sudan, Malawi...

Per l'altra banda, l'Àfrica occidental comprèn els països situats a l'oest del continent, com per exemple: Burkina Faso, Cap verd, Guinea Bissau, Nigèria, Togo, Sierra Leone...

Com bé indica el seu nom l'Àfrica central se situa al cor del continent i comprèn països com per exemple: Txad, República Centreafricana, Camerun, Congo, Angola, República democràtica del Congo... Per últim, l'Àfrica austral comprèn els països situats al sud del continent, com per exemple: Namíbia, Botswana, Lesotho, Sud-àfrica, Swazilàndia...

Com bé he dit abans, l'Àfrica Subsahariana es troba al sud del continent africà. Aquest continent és el segon més gran del món i limita amb l'oceà Atlàntic pel nord-est, amb el mar mediterrani pel nord, amb l'oceà Índic pel sud-est i amb el mar Roig a l'est. Concretament, la regió de l'Àfrica subsahariana comprèn tots els països d'Àfrica que no limiten amb la Mediterrània.

THE SIX REGIONS OF THE AFRICAN UNION



¹ Imatge extreta de (Sahel and West Africa Club Secretariat, 2017)

La climatologia que presenta aquesta gran regió es caracteritza per ser majoritàriament tropical. No obstant les temperatures poden variar molt d'un lloc a un altre dins del continent i cada país presenta les seves pròpies característiques climàtiques. El clima a l'Àfrica es veu afectat per l'equador de la Terra i això provoca una divisió climatològica notable al continent.

A continuació exposaré tots els tipus diferents de climes que presenta el continent:

Àfrica té zones de clima equatorial, com la conca del Congo, la qual presenta una temperatura mitjana anual que supera els 18 graus i té una oscil·lació tèrmica de 3 graus. Això significa que tenen tot l'any altes temperatures. A més és el clima amb més precipitacions, aconseguint que mai hi hagi una estació seca.

En aquest continent també podem trobar zones amb clima tropical humit, com per exemple l'est i centre subsaharià. Es caracteritza per ser càlid i tenir alhora molta precipitació. Durant tot l'any presenta de manera regular temperatures altes d'escassa oscil·lació tèrmica. La temperatura mitjana mensual és de 26° amb una variació anual no superior a 2° i durant les èpoques de precipitacions aquest clima mostra una estació seca i una estació humida.

El clima tropical sec també hi és present, i es troba en zones de Sud-àfrica i el Sahel (una regió que limita al nord amb el Sàhara). Aquest clima presenta unes temperatures molt càlides al llarg de l'any. Durant el mes més càlid tenen més de 27 °C, mentre que a l'hivern les temperatures baixen fins als 10 °C. Les precipitacions són molt abundants, però no tenen una gran durada, és a dir, són curtes però intenses. Una característica de les precipitacions és que en aquest clima les pluges es troben dividides en sis mesos, és a dir, tenen sis mesos de pluja i sis mesos d'escassetat.

Al desert del Sàhara i una petita zona del sud del continent el clima que trobem és el clima desèrtic. Caracteritzat per les temperatures extremes, les quals poden arribar als 50 °C durant el dia i quan arriba la nit les temperatures cauen fins als 10 °C. A més les precipitacions són molt escasses i irregulars.

El clima oceànic es troba al sud del continent i es caracteritza per temperatures suaus i abundants precipitacions a causa de la proximitat a l'oceà. Els hiverns són freds i els estius frescos amb una oscil·lació tèrmica anual petita amb 10 °C de mitjana. Les precipitacions són abundants i estan ben distribuïdes en el temps.

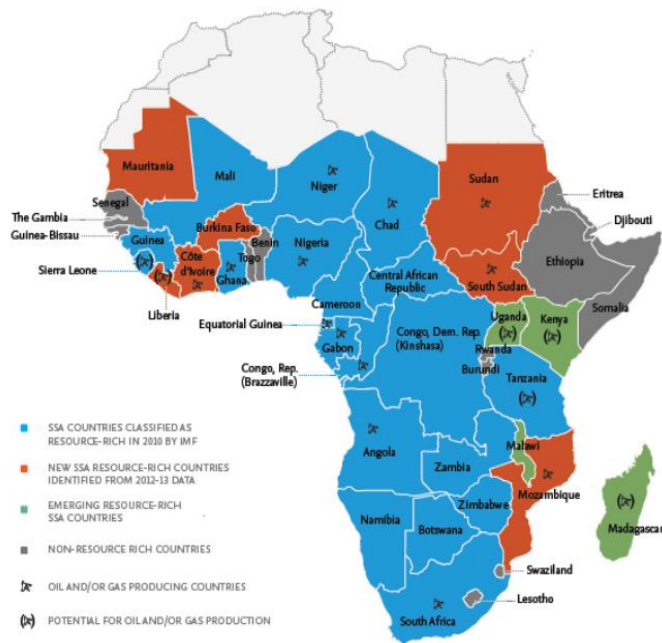
Sorprenentment, al sud de l'Àfrica n'hi ha una petita zona amb clima mediterrani, conegut pels seus hiverns temperats i plujosos i estius secs i calorosos, amb tardors i primaveres variables, tant en temperatures com en precipitacions. Les temperatures són suaus durant tot l'any, on l'amplitud tèrmica anual és de 15°.

Per últim, a causa de les zones muntanyoses de Kenya i Tanzània trobem clima d'alta muntanya. Caracteritzat per temperatures molt baixes a l'hivern i suaus a l'estiu. Es calcula que la temperatura mitjana és de 4,3 °C. És un clima molt sec, però, tot i això, les precipitacions solen ser força abundants i a vegades cauen en forma de neu, però aquestes es redueixen a mesura que hi ha més altitud.

2.2 SITUACIÓ ECONÒMICA

Geografia i comerç estan estretament lligats quan parlem d'Àfrica. En molts països africans la productivitat és baixa degut principalment a l'escassa proximitat geogràfica entre els seus agents econòmics, aquest problema pot desencadenar en altres. Els països costaners tenen menys recursos naturals, però un millor accés als mercats exteriors per mar, en canvi, els països interiors tenen enormes dificultats d'accés a la mar i una limitada riquesa de recursos. Això dificulta moltíssim la possibilitat d'una millora en l'economia africana.

En ser un continent tan gran, per poder estudiar la seva economia millor, l'Àfrica es divideix en diferents sectors, coneguts com a **AMU** (*Arab Maghreb Union*), **CEN-SAD** (*Community of Sahel-Saharan States*), **COMESA** (*Common Market for Eastern and Southern Africa*), **EAC** (*East African Community*), **ECCAS** (*Economic Community of Central African States*) **ECOWAS** (*Economic Community of West African States*) **IGAD** (*Intergovernmental Authority on Development*) **SADC** (*Southern African Development Community*).



Els països rics en recursos naturals (blau) són els principals impulsors de l'economia de l'Àfrica Subsahariana i representen més del 80% total del PIB.

Agafant com a referència les anàlisis del Fons monetari Internacional només 20 països en l'Àfrica Subsahariana són considerats rics en recursos.

L'abundància en minerals, tant els tradicionals com els que necessiten les noves tecnologies, són una font impressionant de riquesa a la qual només uns pocs en tenen accés. Les potències estrangeres es posicionen per assegurar-se el subministrament, però una Àfrica unida hauria d'imposar les seves regles per acabar amb la pobresa del seu territori.

Àfrica posseeix més de seixanta tipus diferents de minerals, i conté un terç de totes les reserves minerals del món. Té, per exemple, un 90% de les reserves de platinoïdes; un 80% del coltan; un 60% de cobalt; un 70% de tàntal; un 46% de les reserves de diamants; i un 40% de reserves auríferes.

Parlant del Coltan, aquest mineral està present en el nostre dia a dia: telèfons, tauletes, ordinadors, armes, indústria aeroespacial, en cirurgies... tots ells necessiten aquest mineral tan apreciat que és, a més, l'origen de conflictes armats i violacions de drets humans. Segons UNICEF, hi hauria prop de 40.000 menors treballant en les mines del mineral al continent.

El problema del coltan és la seva escassetat i la seva alta demanda a tot el món. El 80% de les mines de coltan estan al Congo, el 10% a Austràlia i un altre 10% repartit entre el Brasil i Tailàndia. Africar va decidir aprofitar-se de la situació i treure'n profit al mineral. Però, l'escassa industrialització de moltes mines fa que el treball sigui manual, amb aigua i safates.

² Mapa diferents PIB del continent africà (El Orden Mundial, 2019)

Per això s'utilitza mà d'obra infantil, perquè per arribar a zones complexes, un cos petit d'un nen arriba abans que un de gran.

Les matèries primeres són la base del desenvolupament de la nostra societat, ja que constitueixen els fonaments del nostre consum alimentari, industrial i energètic i, per tant, resulten indispensables i estratègiques per a la supervivència de la nostra forma de vida. És per tot això que els recursos de l'Àfrica han estat sempre al cor de la maquinària política i en el centre de les relacions internacionals, sigui com a instrument de control o de dominació.

El creixement econòmic d'Àfrica ha augmentat durant els últims anys a un ritme notable. A més, amb les reformes estructurals i les inversions adequades, les economies africanes podrien desenvolupar-se d'acord amb el seu potencial, ser més atractives per a la inversió i treure de la pobresa a la població. El negoci de les matèries primeres continuarà sent una font important d'ingressos d'exportació per a l'Àfrica en els anys vinents, gràcies a una demanda mundial que continua creixent, encara que s'hagi desaccelerat durant la crisi.

El sector primari concentra totes les activitats orientades a l'obtenció de matèries primeres. Això es tradueix en el fet que aquest sector conforma la columna vertebral de l'economia i del mercat de treball. Les principals activitats econòmiques dels africans són les següents:

L'agricultura és el sector econòmic més gros d'Àfrica, representant en els últims anys aproximadament el 15% del PIB total de la regió i més de 100 mil milions de dòlars anuals. L'agricultura té un paper molt important en l'economia de l'Àfrica perquè gràcies a aquesta en el futur s'aconseguirà una revolució verda. Més d'una quarta part de la terra cultivable del planeta es troba en el continent africà, però actualment la regió només genera el 10% de la producció agrícola mundial.

La **ramaderia** com a font d'alimentació pot millorar notablement la seguretat alimentària de l'Àfrica subsahariana. Aquesta activitat econòmica es troba dintre del sector primari, i moltíssimes persones es dediquen a treballar de ramaders, és per això que aquesta activitat també té un gruix i un pes crucial en el continent. Una inversió ben dirigida dins d'aquest sector pot permetre als petits ramaders vendre els excedents, generant ingressos i disminuint la seva independència de l'estranger.

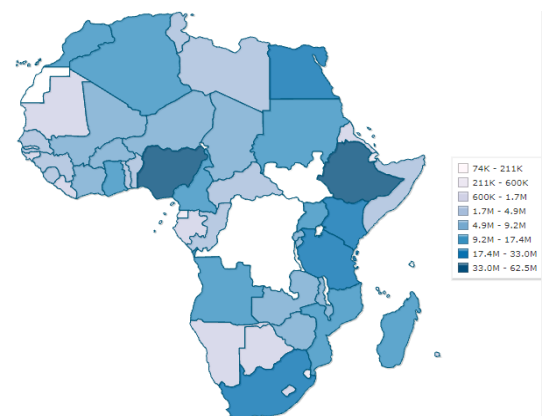
La **pesca** és una altra activitat econòmica que també té molt pes. Tanmateix, malauradament aquest sector s'ha vist greument afectat pel canvi climàtic, la contaminació de les aigües i la sobreexplotació de zones de pesca per part dels Estats occidentals, ha minvat la capacitat dels pescadors i pescadores locals. Un altre problema és la pesca clandestina, que, en xifres de la FAO, suposa el 40% del total a l'Àfrica occidental i el 20% de l'Àfrica oriental.

L'economia africana depèn en excés d'un intercanvi comercial amb l'exterior de baix valor. Més de la meitat de les exportacions de l'Àfrica subsahariana són de matèries primeres com el petroli, el gas natural, l'or i els diamants. Mentre que les importacions són de béns de consum, com per exemple medicaments, cotxes...

Un informe del banc mundial va assenyalar quins eren els principals obstacles al desenvolupament del comerç africà, entre aquests es troben els costos transaccionals, els procediments d'immigració, les tarifes, etc. No obstant això, una possible solució a aquest afer seria per exemple, promoure el comerç intern i extern amb una millor logística i transport. Per aconseguir això és necessari millors infraestructures que permetessin als països de l'interior del continent desenvolupar serveis nous de comerç. Perquè, malauradament la veritat és que avui Àfrica comercia millor amb la resta del món que amb ella mateixa.

A més, també seria interessant crear nous projectes destinats a promoure el treball entre els ciutadans, actualment la població activa de cada país és molt baixa en relació amb el nombre d'habitants que tenen. A continuació en el següent mapa es veurà clarament aquesta relació entre habitants i llocs d'ocupació.³

Els països pintats de blau fosc tenen entre 30 i 60 milions d'habitants treballant, és a dir, molta població activa. En canvi, els països pintats de blanc tenen entre 74.000 i 200.000 de població activa, per tant, molt pocs llocs d'ocupació i molta gent sense treball. Aquestes dades encara han de millorar molt i des dels governs han de promoure la creació de noves indústries i llocs de treball per així poder proporcionar als seus habitants un treball i un sou que els permeti alleujar la situació.



³ Mapa Població activa (Banco Mundial, 2018)

Actualment, mentre els països d'Àfrica a sud del Sàhara han aconseguit mantenir sota control la COVID-19 amb una quantitat relativament baixa de casos, la pandèmia continua afectant la vida dels habitants i l'economia del continent. Segons projeccions, l'activitat econòmica va caure fins a un -3,3% el 2020, produint-se la primera recessió en vint-i-cinc anys. La considerable desacceleració de l'activitat econòmica provocarà pèrdues en la producció d'almenys 115 000 milions de dòlars aquest any, degudes en part a la disminució del consum intern i de les inversions de les mesures de control per aturar la propagació de virus. Aquesta situació també podria empènyer a la pobresa extrema a fins a 40 milions de persones, eliminant almenys cinc anys d'avenços en la lluita contra la pobresa.

Per evitar que aquest 2021 la pandèmia encara empitjori més la greu situació del continent, Àfrica ha inaugurat el Tractat de Lliure Comerç Africà, amb el qual espera deixar de dependre econòmicament de l'exterior. Perquè l'exportació de matèries primeres com el petroli i el deute públic enfront de creditors com la Xina lliguen de peus i mans la seva llibertat econòmica. Amb aquest tractat els africans esperen augmentar i impulsar el comerç un 81%.

A poc a poc i gràcies a noves reformes i una millora de l'estabilitat social i política Àfrica comença a créixer econòmicament. El desenvolupament que s'està produint al continent a diversos nivells repercuteix directament en les condicions de vida de les societats africanes a través d'un major accés a la salut i a l'educació, així com a l'ocupació i el treball.

La relació d'Espanya amb el continent africà en matèria empresarial ha crescut exponencialment en els últims anys. En l'actualitat, més de 1.500 empreses espanyoles operen a l'Àfrica i, des de 2015, Espanya exporta més al continent africà que a altres mercats.

2.3 DEMOGRAFIA

Durant el segle passat la població europea es va multiplicar per dos, mentre que la d'Àfrica ho va fer per set. És a dir, en menys de cent anys han passat de ser uns 100 milions d'habitants a ser prop de 700 milions l'any 2000.

Aquest creixement demogràfic africà es deu principalment a dos factors: d'una banda, la reducció de la mortalitat (principalment infantil) gràcies a les campanyes de vacunació i reducció de malalties infeccioses, així com a progressos en una millor cobertura mèdica i, d'altra banda, a les altes taxes de fecunditat al llarg dels anys.

Tot i això, s'estima que només l'any 2019 van morir 5,2 milions de nens menors de cinc anys, majoritàriament per causes evitables i tractables. Les defuncions de nens d'1 a 11 mesos d'edat van representar 1,5 milions d'aquestes morts, mentre que les de nens d'1 a 4 anys van ascendir a 1,3 milions. Les restants 2,4 milions de defuncions van ser de nadons (menys de vint-i-vuit dies). A més, malauradament el 2019 van morir 500 000 nens grans (5 a 9 anys). Això significa que tot i que la mortalitat infantil ha disminuït encara queda molt de treball per davant per poder millorar les terribles dades que el 2019 ens va deixar respecte a les defuncions de nens.

La població africana s'estima avui en uns 1.300 milions d'éssers humans (950 milions el 2015) i representa el 17% de la població del món, segons totes les previsions demogràfiques aquesta població s'haurà de duplicar per a l'any 2050. Àfrica té una densitat estimada de 40 hab./km², però com bé sabem al continent existeixen grans deserts on no hi ha vida, planures àrides i selves inhabitades, per tant, aquesta concentració resulta enganyosa.

No obstant això, és el continent que més creix, tal és així que en uns anys al voltant del 25% de la població mundial es trobarà només a l'Àfrica subsahariana.

En termes de demografia, Àfrica és un continent molt irregular i dispers perquè si a la República Centreafricana consten de densitats de població escasses de 5 hab./km², a Nigèria són d'entre 390 i 170 hab./km².

D'altra banda, el nivell de vida dels habitants africans és encara molt limitat, ja que amb un creixement mitjà d'un 5% del PIB i un creixement demogràfic d'un 3,5% l'augment efectiu del PIB per habitant no és més d'1,5% i farien falta més de quaranta anys per doblar el nivell de vida per habitant.

Una característica important d'aquesta demografia africana és la joventut de la seva població. Els menors de quinze anys representen un 43% d'aquesta població. Això en principi podria ser una gran porta d'oportunitats demogràfiques, però per poder beneficiar-se d'aquest avantatge demogràfic cal que els joves arribessin en massa sobre el mercat de l'ocupació, i a més puguin efectivament trobar una ocupació decent i formal amb una major productivitat que l'actual. Si aquesta força demogràfica jove no aconsegueix incorporar-se al mercat laboral, ens trobarem amb una enorme massa de subocupats sense esperances tant en el camp com a la ciutat.

Malgrat això, aquest fet pot arribar a ser fins i tot un problema entre els joves urbans africans, ja que si no hi ha ni ocupació, ni recerca de feina, ni formació, això ens pot portar a greus revoltes socials i guerres.

2.4 SITUACIÓ POLÍTICA

L'origen dels enfrontaments polítics a l'Àfrica radica en la divisió de les fronteres del territori africà, heretada del repartiment colonial del continent en el segle XIX.

Les potències europees, en dividir-se les zones d'Àfrica, no van tenir en compte criteris humans o racials sinó que es van limitar a assegurar-se la major i millor quantitat possible de terres i recursos. El resultat de tot això ha estat la creació d'estats artificials en els quals conviuen ètnies tradicionalment enfrontades, el qual provoca conflictes nous contínuament.

Tot comença quan a mitjans de segle XIX, durant la conferència de Berlín, les potències europees van decidir repartir-se Àfrica. Un segle més tard el continent va reclamar la seva independència, la qual va obtenir anys més tard. No obstant això, en la major part dels casos els països europeus colonitzadors encara intervenen en l'Àfrica, ja sigui mantenint una nova forma de control econòmic o intervenint militarment.

La pobresa i la manca d'estabilitat fan que els governants de nombrosos Estats africans busquin suport exterior per les seves polítiques a canvi d'importants concessions agrícoles, pesqueres o mineres a empreses procedents d'Europa i els Estats Units. El resultat és una creixent dependència exterior, sovint agreujada pel deute, i un estancament econòmic que tendeix a fer perennes els conflictes i la pobresa.

Com bé he dit abans, l'ocupació europea és en la gran part la responsable dels problemes polítics de l'Àfrica. L'herència que va deixar Europa al continent africà és: Pèrdua de cultura, L'analfabetisme, conflictivitat social, afers racials, saqueig dels recursos naturals, neocolonialisme econòmic que dificulta el desenvolupament.

- A continuació, exposaré alguns dels nous conflictes que poden produir-se a l'Àfrica: Començaré per Etiòpia, segons la FAO, l'organització de les nacions unides per l'alimentació i l'agricultura, aquest país es veurà afectat per inundacions i sequeres les quals afectaran gran part del territori i òbviament farà malbé a totes les collites. Això provocarà un augment de fam i moltes més persones quedaran sense aliments.

Ara parlaré del conflicte al qual s'enfronta la república democràtica del Congo. Aquest país és el més ric en coltan, or i diamants, i això provoca guerres pels recursos. El president de la república no fa més que exportacions d'aquests minerals a l'exterior, mentre que els treballadors de les mines es troben treballant en condicions pèssimes, això causa gran malestar al país, ja que el president no es preocupa de la seva població i això acabarà amb greus conflictes i revoltes socials.

A continuació parlaré del Níger, aquest àrid i pobre país de l'Àfrica es veu afectat per dos factors: el terrorisme islàmic provinent de Nigèria i l'explotació dels recursos per part de l'empresa estatal francesa Areva.

Als nous conflictes se'ls afegeixen els greus problemes que ja venia arrossegant l'Àfrica subsahariana, la complexitat i creixent deteriorament els torna perillosos per a la seguretat i desenvolupament de la regió.

2.5 CARACTERÍSTIQUES SOCIALS I CULTURALS

La cultura d'Àfrica és la més coneguda arreu del món, ja que inclou una àmplia varietat d'expressions artístiques, creences, rituals i costums de diverses cultures. Tant en l'Antiguitat com en l'actualitat, en aquest ampli continent van existir simultàniament grans civilitzacions poderoses i innovadores juntament amb petites tribus tradicionals.

Va ser a l'Àfrica on van néixer les primeres civilitzacions del món, és per això que la seva cultura és de molta importància per a tota la humanitat. Tal com bé he dit abans, durant el segle XVIII Àfrica va començar a rebre influència europea, fet que va significar la pèrdua de molts costums. No obstant això, les particularitats de diferents grups va sobreviure a la colonització i encara perviuen, donant a aquest continent un ampli ventall de formes d'expressió i pensament.

2.5.1 CREENCES I RELIGIÓ

Des de l'aparició de les primeres civilitzacions africanes es van desenvolupar religions politeistes i animistes, les quals adjudiquen ànima i consciència a objectes principalment provinents de la natura. Actualment, més de 100 milions d'africans segueixen creences transmeses per moltes generacions, basada en el culte a avantpassats.

En general aquestes religions tenen una concepció de l'espiritual com un món dividit en dos. Per un costat el profitós es troba compost pels esperits d'avantpassats i altres forces de la natura, mentre que el nociu està compost pels esperits que no només han de ser temuts sinó que a més se'ls pot sol·licitar a través d'ofrenes.

A mesura que les civilitzacions avançaven l'Islam i el Cristianisme van arribar a Àfrica. La primera religió a trepitjar el continent africà va ser la religió cristiana, la qual va arribar a principis del segle I després de Crist i que a causa del període colonial perdura fins al dia d'avui. Més tard, durant el segle VII va arribar l'Islam i ràpidament va propagar-se pel nord del continent. Actualment, existeixen més de 290 milions de seguidors de l'Islam a l'Àfrica.

2.5.2 LLENGÜES

Al continent africà es parlen al voltant de 2000 llengües, fent de la diversitat lingüística sigui una de les característiques més notables del continent. Durant el període precolonial, és a dir, abans que les potències europees es repartissin el continent durant la Conferència de Berlín, a l'Àfrica només es parlaven llengües natives. Les llengües més comunes després del període colonial van ser el francès i l'anglès, les quals van convertir-se en l'idioma oficial o cooficial en molts dels països.

Actualment, 27 països tenen com idioma oficial un idioma europeu, 18 tenen algun d'aquests idiomes com oficial i només 9 d'aquests continuen tenint com a idioma oficial únicament llengües natives. Avui dia la llengua més parlada són l'àrab i el suahili, utilitzades per més de 120 milions d'habitants.

En la majoria de països de l'Àfrica es parlen nombroses llengües. El millor exemple per poder explicar això és el cas de Nigèria, ja que en aquest país es parlen al voltant de 250 llengües diferents. Aquesta característica fa que es converteixi en un dels països amb major diversitat lingüística del món. No obstant això, la llengua, en algunes ocasions, també pot ser una barrera en les relacions entre les persones quan no es desconeix.

2.5.3 EXPRESSIONS ARTÍSTIQUES

L'Art africà és el reflex de la gran varietat d'història, coneixement, religions i societats que té Àfrica. El seu art ha sigut la font d'inspiració d'alguns dels més importants artistes i moviments de l'època contemporània.

A l'Àfrica es troben pintures rupestres amb 12 mil anys d'antiguitat, les més antigues de la història. L'art rupestre és una de les primeres manifestacions culturals de la humanitat, per la qual cosa el seu estudi ens permet conèixer més sobre els costums i creences de les primeres societats.

Actualment, algunes cultures africanes decoren els seus cossos amb pintures de colors vius i cridaners. Per fer això utilitzen diversos pigments que obtenen ells mateixos de la terra. És considerat com una espècie d'art efímer que pot esdevenir-se i marxar en poc temps és per això que els africans només el fan servir per festes i celebracions.

D'altra banda, en Àfrica també són bastant comuns els tatuatges, ja que són una forma de decorar el cos de manera permanent. Una curiositat és que el primer tatuatge de la història consta que va ser fet en aquest continent. En l'actualitat, diverses ètnies africanes també usen cicatrius ornamentals, és a dir que el disseny es realitza a través d'un tall a la pell prou profund per deixar una cicatriu duradora.

2.5.4 MÚSICA I DANSA

L'Àfrica també és molt coneguda per la seva manera de treballar amb la música, ja que la música tradicional africana es realitza en grup, i en la majoria de casos amb fins rituals. En moltes llengües africanes, el to dona un significat particular als que escolten. Per això, tant el cant com la música amb instruments poden transmetre significats més enllà de les paraules.

Entre els instruments més comuns i coneguts es troben els tambors, el llaüt, la flauta, les campanes i la trompeta. D'altra banda, la dansa sempre està associada a la música i a més, també acostuma a tenir una funció ritual.

En aquests casos, els ballarins inclouen màscares, vestits, pintura corporal i molts altres mitjans visuals per transmetre un estat d'ànim o la representació d'un fet mitològic. Els africans volen transmetre sensacions, estats d'ànims, sentiments i situacions a través d'una música col·lectiva i danses extravagants.

2.5.5 VESTIMENTA AFRICANA

Àfrica també destaca moltíssim per la seva vestimenta tan extravagant i elegant. En general, els pobles tradicionals africans utilitzen el cotó com fibra tèxtil.

Alguns artesans tèxtils, com els nigerians, van alternant els colors dels fils i aconseguixen dissenys geomètrics en les seves peces. En altres regions com Costa d'Ivori, s'uneixen tires de tela i després es pinten amb pigments obtinguts de plantes.

En diferents cultures, la forma i el color de la roba marca la pertinença a un grup o a una classe social. A més, determinades peces són emprades per a esdeveniments especials. En tots els casos s'usen colors vius com el vermell, el groc, el verd i el blau.

A l'Àfrica vesteixen tan colorits perquè, igual que amb la música i la dansa, ells pretenen expressar estats d'ànim i emocions a través de les peces de roba.

3 - INDICADORS SOCIOECONÒMICS

Els indicadors socioeconòmics són dades estadístiques sobre l'economia que ens permeten elaborar una anàlisi de la situació econòmica tant en passat com per al present. A més, aquests també ens permeten dur a terme previsions de com evolucionarà l'economia en el futur amb les dades que tenim avui en dia a la nostra disposició.



Depenent de l'anàlisi existeixen diversos indicadors, però, els més comuns i els quals tractarem en aquest apartat són el PIB, PIB per càpita, PIB per paritat de compra, IDH, Taxa Mortalitat Infantil, Índex sintètic de fecunditat, Índex d'alfabetització d'adults, Taxa de metges per càpita, Taxa d'emigració i immigració i Taxa de creixement del Turisme o Saldo migratori.

No obstant això, en aquest cas trobem un petit problema i és l'absència de dades prou fiables. La informació disponible per estudiar el creixement d'Àfrica prové tant de les bases estadístiques que ens faciliten els organismes internacionals com dels diferents centres d'investigació nacionals africans, i aquestes dues fonts d'informació estan caracteritzades per la falta de mitjans i personal especialitzat per confeccionar-les, per tant, la informació que proporcionen no és del tot fiable i real.

3.1 PIB

El producte interior brut (PIB) és un indicador econòmic que reflecteix el valor monetari de tots els béns i serveis finals produïts per un territori en un determinat període de temps. Quan el PIB puja significa que estan augmentant de manera general el consum, la despesa i la inversió en el territori. En canvi, quan el PIB disminueix a la vegada disminueixen el consum i els beneficis de les empreses, i, per tant, es redueixen l'ocupació i la inversió.

Segons dades del Banc Mundial, el creixement del PIB anual de l'Àfrica Subsahariana es troba en valors negatius, concretament a -2,448%. Tot i això, segons un estudi de 2020, el PIB del continent actualment és d'1,686 bilions, mentre que el PIB en l'àmbit mundial és de 84.705 bilions. Això només significa que Àfrica encara té un gran repte davant seu.

Mundo	2020	84.705.425,88	
Àfrica al sur del Sahara	2020	1.685.631,63	

⁴ Gràfic PIB d'Àfrica (Banco mundial, 2020)

3.1.1 PIB per Càpita

El PIB per Càpita és un altre indicador econòmic que mesura la relació existent entre el nivell de renda d'un país i la seva població. Sovint es diu que aquesta magnitud no expressa bé la realitat en situacions de desigualtat o descontent social.

Igual que amb el PIB, l'Àfrica Subsahariana es troba molt per sota dels números de la resta del món. En aquest cas el continent acumula 1.483 dòlars mentre que el planeta sencer de mitjana té 10.925 dòlars. Això significa que els habitants africans tenen un número molt menor de capital comparat amb la resta de persones d'altres continents. Aquest indicador està molt relacionat amb l'anterior, ja que si un país no té molta capacitat econòmica i els seus béns i serveis finals reflecteixen un poder adquisitiu molt baix, els habitants no podran tenir grans rendes ni tindran molt capital. A més, aquest resultat tan baix ens dona a entendre que els ciutadans d'Àfrica realment no tenen un benestar social, a causa de les baixes rendes i els pocs llocs de treball que l'estat els ofereix.

3.1.2 PIB per Paritat de Compra

El PIB per Paritat de Compra és un indicador econòmic que serveix per comparar el nivell de vida entre els diversos països del món. Però aquest indicador no sols serveix per a comparar costos de vida, sinó també per analitzar la situació del comerç exterior d'un país, ja que una moneda feble facilita les exportacions, mentre que una moneda forta facilita les importacions.

Segons les dades del banc mundial, a l'Àfrica Subsahariana el PPA l'any 2020 es trobava a 3.821,9 \$. A escala mundial, aquest indicador assenyala que estem en 17.109,451 \$. Això vol dir que Àfrica està sota els mínims i que el nivell de vida és bastant greu, tant en termes socials com econòmics.

3.2 IDH

L'índex de desenvolupament humà (IDH) és un indicador que mesura el nivell de desenvolupament de cada país atenent variables com l'esperança de vida, l'educació o l'ingrés per càpita.

La següent taula, extreta de l'annex de Wikipedia, mostra de manera clara i ordenada els diferents IDH que trobem a la regió subsahariana. Com podem observar són molts els països que encara han de millorar les seves dades i situació. Els Deu índexs més baixos de tot el planeta es troben al continent africà i només 1 es troba entre els millors categoritzats.

5

África subsahariana

Los 10 IDH más altos

Puesto	País	IDH
		Informe 2020
Desarrollo humano muy alto		
1	 Mauricio	0,804
Desarrollo humano alto		
2	 Seychelles	0,796
3	 Botsuana	0,735
4	 Sudáfrica	0,709
5	 Gabón	0,703
Desarrollo humano medio		
6	 Cabo Verde	0,665
7	 Namibia	0,646
8	 Santo Tomé y Príncipe	0,625
9	 Ghana	0,611
10	 Suazilandia	0,611

Los 10 IDH más bajos

Puesto	País	IDH
		Informe 2020
Desarrollo humano bajo		
1	 Níger	0,394
2	 República Centroafricana	0,397
3	 Chad	0,398
4	 Sudán del Sur	0,433
5	 Burundi	0,433
6	 Mali	0,434
7	 Sierra Leona	0,452
8	 Burkina Faso	0,452
9	 Mozambique	0,456
10	 Eritrea	0,459

3.3 TAXA MORTALITAT INFANTIL

La taxa de mortalitat infantil és un indicador demogràfic que indica el nombre de defuncions de nens menors d'un any en un any. Als països menys desenvolupats de l'Àfrica, la taxa ha estat estimada fins a 200 per 1.000 menors, mentre que als països desenvolupats està per sota de 10 per 1.000.

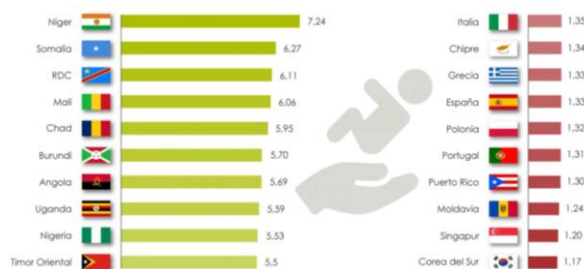
La situació a l'Àfrica Subsahariana és bastant crítica, ja que segons l'últim informe elaborat per Unicef i diversos organismes internacionals el 2019, més de 70 infants per cada 1000 naixements van morir a causa de les terribles condicions de vida. Desafortunadament, les diferències entre regions són molt elevades: les pitjors dades a l'Àfrica Subsahariana, on la taxa és de 76 morts per 1.000 naixements, 20 vegades més que a Austràlia i Nova Zelanda.

⁵ Taula gràfica de IDH a Àfrica Subsahariana (Wikipedia, 2020)

3.4 ÍNDEX SINTÈTIC FECUNDITAT

L'Índex sintètic de fecunditat és un indicador demogràfic que expressa el nombre de fills que s'esperen d'una dona en edat fèrtil.

6



Com podem veure a la següent imatge, els països amb major taxa es troben tots a l'Àfrica, la qual cosa unida a l'augment de l'esperança de vida, farà que la seva població es multipliqui per quatre d'aquí al final de segle, segons dades de l'OMS. En l'actualitat viuen 1.200 milions de persones a Àfrica, el 16% de la població mundial, una xifra que s'eleva fins als 4.500 milions en 2100, arribant a ser més del 40% tots els habitants del planeta.

3.5 TAXA D'ALFABETITZACIÓ D'ADULTS

La taxa d'alfabetització d'adults és el percentatge de la població de quinze anys o més que pot llegir i escriure. Segons les dades del Banc Mundial, a l'Àfrica subsahariana el percentatge és 20 vegades menor en comparació al percentatge mundial. Actualment, a Europa més del 99% d'adults han tingut dret i oportunitat a l'aprenentatge, mentre que a l'Àfrica només el 65% de persones han pogut anar a l'escola o aprendre a llegir i estudiar.

3.6 TAXA METGES PER CÀPITA

La taxa de metges per càpita és un indicador sanitari que assenyala quants metges disposa un país per cada habitant. A Àfrica només hi ha 2 metges per cada 10.000 habitants, enfront dels 32 d'Europa. També, mundialment, hi ha 28 infermeres per cada 10.000 habitants, però sols n'hi ha 11 per cada 10.000 a la Regió d'Àfrica i fins a 79 a la Regió d'Europa. Per últim, els llits hospitalaris s'utilitzen per a indicar la disponibilitat de serveis hospitalaris, a Europa hi ha 63 llits hospitalaris per cada 10.000 habitants i només 10 a Àfrica.

⁶ Gràfic Índex Sintètic de Fecunditat (Orden Mundial, 2019)

Si bé no hi ha una regla d'or que permeti avaluar la quantitat suficient de personal sanitari, l'OMS estima que els països amb menys de 23 professionals d'atenció de salut (inclosos únicament mèdics, infermeres i llevadores) per cada 10.000 habitants, probablement no aconseguen les taxes adequades per a les intervencions clau d'atenció primària de salut.

3.7 TAXA DE MIGRACIÓ I IMMIGRACIÓ

La taxa de migració és un indicador demogràfic i social que exposa la diferència entre el nombre de persones que ingressen i marxen d'un país durant un determinat temps. Segons les dades de l'Organització Internacional per a les Migracions (OIM) i la Unió Africana (UA), de 281 milions de migrants que hi ha en el món sencer, el 14%, és a dir, 36 milions de persones, són nascudes a Àfrica. El 53% de la migració africana es produeix dins del continent, el 26% es dirigeix cap a Europa, l'11% cap a Àsia, un altre 8% cap a Amèrica del Nord i l'1% a Oceania.

7



Com podem observar en aquest mapa, la població africana majoritàriament migra als països que més a prop tenen. El patró migratori que segueixen és normalment des dels països de l'interior fins als de la costa. Els migrants interns superen amb facilitat als internacionals, però la dificultat de quantificar-los dificulta conèixer una xifra exacta.

D'altra banda, la immigració és un altre problema que presenta el continent africà. Segons dades del banc mundial milers de persones han de marxar a l'estranger i abandonar les seves cases i canviar de vida radicalment per trobar millors mitjans de vida.

3.8 TAXA DE CREIXEMENT DEL TURISME



La taxa de creixement del turisme és un indicador demogràfic que expressa a través de diverses estadístiques com evoluciona el sector turístic.

Des de l'organització mundial de turisme (OMT) ja estudien diverses vies d'aplicació per millorar la situació del continent africà a través d'un creixement turístic.

⁷ Mapa últimes migracions africanes (El Orden Mundial, 2019)

El secretari general de l'organització, Zurab Pololikashvili⁸, durant la reunió de la OMT a Àfrica va avisar que *"El continent està unit en la seva determinació d'utilitzar el poder del turisme per a impulsar el desenvolupament i les oportunitats per a tots. I amb la coordinació i les inversions específiques, el turisme africà pot finalment desenvolupar el seu potencial"*. A conseqüència de pronunciar aquestes paraules, els Estats membres africans de la OMT van començar a treballar junts per establir, en tot el continent, una nova oportunitat per al turisme amb l'objectiu d'aprofitar millor el seu potencial per a impulsar la recuperació. La OMT i els seus Membres actuaran també amb la Unió Africana i el sector privat per promoure el continent davant noves audiències de tot el món a través d'històries positives i centrades en les persones i una imatge de marca eficaç, va afirmar el secretari general.

Segons dades del banc mundial, el turisme internacional ha crescut de manera exponencial durant els últims anys. Tal i com podem veure en la següent taula, tot i que a nivell mundial els números s'han disparat, a l'Àfrica Subsahariana encara queden molts reptes per assolir i és per això que només a través de projectes impulsats com els de la OMT podran arribar a les xifres esperades.

Mundo	2019	2.280.131,09	
África al sur del Sahara	2019	55.251,25	
9			
Unión Europea	2019	966.435,42	

⁸ Zurab Pololikashvili, Secretari General de UNWTO (Pololikashvili, 2020)

⁹ Gràfic Creixement Turístic (Banco Mundial, 2020)

4- EL TURISME I EL SEU IMPACTE EN L'ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓ

El turisme, segons la OMT, és un fenomen social, cultural i econòmic que suposa el desplaçament de persones a països o llocs fora del seu entorn habitual per motius personals, professionals o de negocis. El turisme comprèn totes les activitats que realitzen les persones durant els seus viatges.

El turisme és una activitat amb un creixement progressiu el qual té impactes cada vegada més importants en l'àmbit cultural, social i econòmic d'un país. Produeix efectes que equilibren la balança de pagaments i d'inversions tant en la construcció com en el transport. Gràcies a aquesta millora l'ocupació es veu afavorida i en resum, el benestar dels membres d'una comunitat augmenta.

El problema del turisme és l'errònia percepció que en tenim. Es creu que el turisme beneficia econòmicament a les poblacions amfitriones, però això no és cert. Sovint els països rics són més capaços de beneficiar-se del turisme que els pobres. Considerant que els països subdesenvolupats, com és el cas de la regió subsahariana, tenen una necessitat urgent d'ingressos, ocupació i millora de condicions de vida per mitjà del turisme, són els menys capaços de produir aquests coneguts beneficis. Això és en part culpa de l'exclusió d'activitats i productes locals, és a dir, si des dels països amb més necessitats impulsessin nous projectes d'empoderament local, obtindrien més reconeixement i beneficis personals.

És ben cert que no hem d'oblidar que el turisme convencional incontrolat planteja possibles riscos en la majoria de zones naturals de tot el món.

4.1 LLOCS DE TREBALL I OCUPACIÓ

El turisme és una de les activitats econòmiques que més ha crescut en les últimes dècades, mostrant una extraordinària capacitat d'adaptació i resistència als canvis globals. El seu increment constant el posicionen com una de les principals fonts de desenvolupament i d'acord amb la OMT, el turisme representa la principal activitat econòmica per a un gran nombre de països en desenvolupament i genera un de cada 11 ocupacions en el món, la qual cosa justifica que cada vegada més nacions s'interessin per desenvolupar una oferta turística que els permeti posicionar-se entre els destins amb major reconeixement en l'àmbit internacional.

Les empreses turístiques pel fet que les seves activitats estan basades en serveis i atenció personal requereixen un major volum d'empleats. No obstant això, la majoria dels llocs de treball que genera aquesta activitat es caracteritzen per un baix nivell de qualificació.

El problema d'Àfrica Subsahariana és que gran part de la població activa treballa en l'agricultura (representa un 60% del total de població econòmicament activa), i en empreses familiars, i, per tant, això fa que el treball assalariat formal sigui escàs. No permet que altres activitats econòmiques es puguin desenvolupar amb total normalitat.

Segons dades del Banc Mundial, l'ocupació de serveis en aquesta regió de l'Àfrica se situa en el 36%, mentre que en Espanya per exemple, es troba en el 76%. Aquesta diferència és principalment deguda a la baixa formació i poques oportunitats de treball en el continent. Segons dades de la OIT (organització internacional de treball) la desocupació se situa en el 6,6% del total de població activa. Si estudiem des de fora aquestes dues dades ens adonem que cal una reforma imminent en el continent per incrementar els serveis i així afavorir a la desescalada de la desocupació.

El turisme pot ser un motor del creixement inclusiu i del desenvolupament econòmic sostenible. Tal com menciona el secretari general de la UNCTAD (conferència nacions unides sobre comerç i desenvolupament) ¹⁰*La creació de sòlids vincles entre els àmbits del turisme, l'agricultura i la infraestructura, així com els sectors de mercat de l'ecoturisme i el turisme mèdic i cultural, pot promoure la diversificació en activitats de major valor, i distribuir més àmpliament els ingressos*.

¹⁰ UNCTAD. (2017, junio 30). *Desarrollo económico en África: El turismo para el crecimiento transformador e inclusivo*. unctad.org. Retrieved noviembre 6, 2021, from https://unctad.org/system/files/official-document/tdb64d2_es.pdf

Per a alliberar aquest potencial, durant la conferència de 2017 van indicar, que els governs africans haurien d'adoptar mesures de suport a les fonts locals de proveïment, encoratjar la participació de les entitats territorials dedicades al turisme i promoure el desenvolupament en infraestructura.

Un altre tema important va considerar el secretari, és la relació mútuament beneficiosa entre la pau i el turisme, perquè *'la mera aparença d'inestabilitat en una regió pot fer que els turistes s'abstinguin de viatjar a ella, amb conseqüències econòmiques duradores i devastadores'*. Les Inversions contínues en el sector podrien alliberar milions de persones de la pobresa i al mateix temps contribuir a la pau i la seguretat de la regió.

Segons el secretari general de la Unctad, Mukhisa Kituyi, *'el turisme és un sector dinàmic amb un potencial extraordinari a Àfrica. Adequadament administrat, pot aportar una contribució immensa a la diversificació i la inclusió de les comunitats vulnerables'*. Només cal trobar el projecte perfecte per poder millorar la situació, és per això que els governs de la regió ja s'han posat mans en l'obra per començar amb el desenvolupament tan aviat com es pugui.

4.2 FORMES DEL TURISME AFRICÀ : TURISME TRADICIONAL I TURISME COMUNITARI

El turisme és un important sector de moltes economies africanes pel que fa a la seva contribució al producte intern brut, l'ocupació i el comerç, i el seu creixement està cada vegada més impulsat per turistes provinents del mateix continent.

La pandèmia de la Covid-19 ha tingut un gran impacte en el turisme de tot el continent, però la OMT està disposada a ajudar a Àfrica perquè torni forta i millor. Volen aconseguir que el turisme emergí d'aquesta crisi com un rellevant pilar de l'economia, el treball i la sostenibilitat. Per això s'han proposat una sèrie d'objectius per assolir durant aquest temps: Els Estats Membres han de desbloquejar el creixement a través de promoure la inversió i aliances públiques-privades, promoure la tecnologia i innovació, promoure també la facilitació dels viatges (millor connectivitat i polítiques de visats), millorar la seguretat i comunicació i defensar la "Marca Àfrica".

Per poder assolir tots aquests objectius els Estats Membres van començar a treballar de la mà de la OMT i van acordar la traça d'un pla per a què identificaran històries positives i centrades en les persones i, a través d'aliances reforçades amb els mitjans de comunicació, les mostraran al món, arribant a nous i diversos mercats emissors de turisme.

El turisme tradicional d'Àfrica és aquell que en general es realitza de manera massiva i té per finalitat el descans o plaer. És el conegut turisme convencional. Els turistes que visiten aquest continent ho fan amb el propòsit de gaudir de la naturalesa oferida i descansar en grans complexos luxosos.

En canvi, el turisme comunitari té per finalitat ajudar. És la nova alternativa al turisme tradicional. Pretén afavorir el contacte entre la comunitat local i els visitants, els quals obtenen noves experiències. El turisme comunitari té un enorme potencial per a ajudar a millorar les condicions de vida de les comunitats més vulnerables, reduir la pobresa, protegir el medi ambient i millorar les relacions interculturals, convertint-se així en un catalitzador de progrés i creixement. Els ingressos que s'aconsegueixen a través del turisme permeten impulsar el desenvolupament de la comunitat, ja que les persones els inverteixen a cobrir necessitats bàsiques com l'accés a la salut, educació o l'alimentació; al mateix temps que evita que la població rural es vegi obligada a migrar. Un altre dels beneficis que obté la comunitat és la recuperació de la seva cultura i costums, protegint i cuidant d'aquesta manera l'entorn que els envolta.

5 - TURISME COMUNITARI, SOCIETAT I DESENVOLUPAMENT

Com bé he esmentat abans, el turisme comunitari és la nova alternativa al turisme tradicional. Aquest pretén empoderar a la població nativa, generar altres ingressos dins de les seves activitats econòmiques quotidianes, utilitzant els recursos culturals, naturals i locals de la regió en particular.

El turisme comunitari permet als habitants de la regió donada convertir-se en guies turístics i prestar serveis als visitants que reben. Ofereix al mateix temps a les comunitats l'oportunitat de jugar un paper en la generació del moviment dels elements de producció i intercanvi de béns i serveis en la zona en qüestió. La OMT va posar com a objectiu d'aquest nou turisme l'evolució i el desenvolupament de les comunitats ètniques.

Són formes que tenen per finalitat, d'una banda, respectar i conservar la naturalesa, i, d'altra banda, millorar el desenvolupament socioeconòmic de les comunitats locals. És a dir, es configuren com un turisme sostenible en el destí on es desenvolupa.

D'altra banda, la societat africana confronta tres eterns problemes: l'explotació, a causa del sistema capitalista internacional, la falta d'una genuïna independència i llibertat d'acció i finalment, les inadequades i inapropiades institucions socioculturals i polítiques que són incapaces de resoldre la multitud de greus problemes que confronten els pobles d'aquestes nacions.

És per això que és la cultura la que s'encarrega de mantenir als pobles units, de permetre'ls utilitzar l'experiència, la saviesa i la sofisticació que ha estat acumulada en el passat; i la que fa que els pobles apreciïn i entenguin el present i així, que es preparin intel·ligentment per al futur.

Les societats africanes són complexes i diverses, i requereixen un enfocament interdisciplinari per avaluar i entendre les institucions econòmiques, polítiques, socials i culturals del continent i el canvi. Per tant, es pot arribar a entendre que amb projectes sostenibles i des d'un enfocament turístic, el turisme comunitari podria ser una gran oportunitat per desenvolupar i millorar aquesta situació que bastants països africans pateixen diàriament. A través del turisme es poden adquirir diversos canvis i millores.

5.1 DESENVOLUPAMENT I CANVIS SOCIALS

La globalització, els canvis mediambientals i les crisis econòmiques i financeres estan causant importants transformacions socials que provoquen l'augment de les desigualtats, l'extrema pobresa, l'exclusió i la negació dels drets fonamentals. Aquests canvis fan necessàries solucions innovadores que respectin valors universals com la pau, la dignitat humana, la igualtat de gènere, la no-violència i la no discriminació.

Cal destacar que els organismes internacionals fa més de vint anys que porten lluitant i buscant les solucions necessàries per a combatre la globalització i canvis socials que perjudiquen les comunitats menys desenvolupades, ja el 2003 el secretari general de la OMT, Francesco Frangialli, va mencionar com el turisme podria ajudar a una millora comuna ¹¹ “*Som plenament conscients de la lamentable situació que pateixen els països menys desenvolupats, amb productes a preus mínims, l’agricultura erosionada per la competència subvencionada i serveis inexistents. Però tots ells tenen una cosa en comú, el turisme. I encara més important per a l’atenció de la comunitat desenvolupada, el turisme és un camp on poden tenir un avantatge relatiu i poden aprendre a funcionar d’un mode sostenible i rendible*”.

El desenvolupament ha sigut un dels termes més complexos i controvertits a l’hora de ser estudiat per part dels sociòlegs, és per això que aquest només fa referència a les transformacions de les estructures econòmiques i socials que permeten la diversificació de les economies tradicionals, i no tan sols un increment quantitatiu de les variables econòmiques.

D’altra banda, el “Progrés i evolució” han passat a referir-se únicament a l’etnocentrisme, ja que aquests es centren en la descripció del progrés de modernització, entès aquest com a occidentalització.

El canvi social es pot definir com “*tota transformació observable en el temps, que afecta d’una manera mínima i no professional a l’estructura o funcionament de l’organització d’una col·lectivitat donada i modificada en el curs de la seva història*” És a dir, consisteix en les transformacions observables que pateix un territori en un temps determinat.

Respecte als factors i agents del canvi social i desenvolupament, el turisme ocupa el primer lloc. Aquesta activitat afecta no tan sols a tota l’esfera productiva, com cultural, sinó que a més a més arriba a propiciar en molts casos, conflictes socials que protagonitzen grups professionals i ètnics. El turisme és considerat com una font de realització personal, a més d’un fenomen de masses que va a produir una “aculturització” en les societats en contacte, favorable per a la comprensió i apropament dels pobles.

¹¹ (Frangialli, n.d.)

5.2 TURISME COM A BASE DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I SOSTENIBLE

El desenvolupament sostenible és aquell que gira entorn de la idea de satisfacció del present, sense comprometre a les generacions del futur.

Segons la OMT el desenvolupament sostenible és també un àmbit on el turisme cada vegada està exercint un paper més important. Des de la cimera de Rio l'any 1992, l'organització internacional ha vist una constatació creixent de què l'únic desenvolupament que serà possible i acceptable a llarg termini garantirà l'equilibri perfecte de beneficis econòmics, ecològics i socials. És la gent, el planeta i els beneficis els que deuen ocupar el centre del cercle virtuos de la sostenibilitat. Totes les empreses i comunitats han d'adoptar plans d'accions coherents i responsables per així aconseguir una reducció progressiva dels impactes ecològics en els destins turístics.

En aquest nou àmbit, el turisme no té ni la menor intenció d'apropiar-se dels recursos naturals i culturals dels països subdesenvolupats en benefici de vàries elits, i tampoc té res a veure amb generar milions d'euros de beneficis per grans empresaris. El turisme quan parlem de desenvolupament sostenible té la finalitat de salvar i millorar el món.

L'economia ha gaudit d'un pes important en el sector turístic. Ja des del segle XX organitzacions internacional van veure el turisme com un vessant amb potencial de creixement il·limitat i un camí cap a la cooperació.

Quan parlem de desenvolupament sostenible, el turisme hi juga un paper molt destacat;

- Permet que els països rics col·laborin amb la seva despesa en oci per al desenvolupament dels països pobres.
- No requereix grans inversions en infraestructures, ja que principalment depèn dels recursos naturals.
- Indueix la "Terciarització" de les societats ancorades en el primer sector. És a dir, als països que depenen de l'agricultura i ramaderia i pesca, els ofereix una nova oportunitat d'introduir serveis.
- Crea ocupació.
- Contribueix al fet que els països subdesenvolupats es modernitzessin a causa de la influència dels visitants estrangers.

Fent referència a l'ocupació, el turisme de masses hauria estat inviable sense els canvis socials i transformacions en les relacions laborals, és a dir, sense les vacances remunerades, major temps per a oci, disminució de jornada laboral, etc. el turisme no podria haver augmentat. A més aquest sector com a indústria no hauria estat possible sense la important aportació d'ocupació directa, indirecte i induït.

Es pot arribar a dir que les noves formes i condicions de treball estan propiciant el desenvolupament de noves modalitats en la indústria turística, i sobretot, que viatges i turisme siguin un capítol permanent en la distribució de la despesa familiar.

5.3 EMPODERAMENT DE LES COMUNITATS RURALS, CAMPEROLES I INDÍGENES

Una de les coses més estranyes del turisme és com fins i tot en llocs on aquest s'ha contingut no necessàriament es beneficia a la gent més pobre. És a dir, posem per exemple el cas de les Illes Seychelles, un podria pensar que amb totes les seves platges vorejades de palmeres i complexos turístics de cinc estrelles (mantinguts allunyats de la població), aquest estat podria viure bé del turisme. No obstant això, segons *Tourism Concern*, encara que aquest sector és la principal font d'ingressos, les estadístiques demostren que més del 30% dels nens menors de sis anys pateixen desnutrició. Això és pel fet que tant les fruites i verdures com la resta d'aliments van directament dirigits als grans complexos turístics, evitant d'aquesta manera a la població local.

Normalment, la població local queda totalment exclosa de la venda del paradís, un paradís fals venut i construït per venedors, agències de viatges, fullets, etc. En aquesta guerra propagandística, els que embenin el somni vacacional ofereixen als visitants una imatge gairebé perfecta, i tots els elements que no encaixen són simplement eliminats. Molts de nosaltres, els turistes, per alguna estranya raó no estem prou interessats per la gent que habita els llocs que solem visitar.

L'absència d'interacció amb gent del país amfitrió preocupa i complica el procés de crear una societat mundial més pròxima. Ens distancia a tots.

Nombroses anàlisis d'experiències de turisme de base local evidencien precisament la incompatibilitat entre comunitat i turisme. Cal destacar que no són les activitats turístiques les que danyen el procés i resulten problemàtiques, sinó la manera de posar-les en pràctica, és a dir, no és el turisme en si el que erosiona la comunitat sinó la manera de posar en marxa i els projectes turístics.

Una solució a aquest problema seria que les mateixes comunitats es fessin càrrec del desenvolupament turístic de la seva pròpia zona, però és això possible? El caràcter global del negoci turístic i la feblesa del context local anuncien mecànicament una incapacitat local per a convertir-se en agent del desenvolupament turístic. Tanmateix, per això va sorgir la idea de turisme comunitari.

La necessitat de donar una oportunitat als habitants locals i buscar el seu apoderament va fer possible la creació d'aquesta nova variable turística. La qual se sustenta en: Oferir la propietat local per a noves infraestructures turístiques, Promoure la participació de residents en la planificació i desenvolupament de l'activitat, i Aconseguir un control total local sobre la gestió dels nous negocis turístics i els seus beneficis (que posteriorment repercutiran en el desenvolupament de la societat local). En resum, que ells siguin autosuficients.

La OMT evidència que aquesta variant del turisme és possible i es pot dur a terme desenvolupant noves formes d'organització i gestió pròpiament locals que responguin en certa manera als interessos de la comunitat. El paper del turisme és la construcció de comunitat, l'apoderament com a efecte del desenvolupament turístic, la integració econòmica i cultural del turisme en la comunitat, i els nivells efectius de control col·lectiu sobre l'activitat turística.

La paradoxa aquí és que l'agència comunitària és la clau per a propiciar una altra forma de turisme i al mateix temps el desenvolupament turístic és un context estratègic per a mantenir aquesta comunitat.

5.4 OBJECTIUS DEL TURISME COMUNITARI

Els principis del turisme de base local se situen a contracorrent al turisme convencional, busquen reduir l'efecte hegemònic del mercat a l'interior de les comunitats regulant l'activitat turística a partir d'una perspectiva que preval el criteri col·lectiu i local en el funcionament social i econòmic.

El turisme suposa un factor d'erosió per a la comunitat; La seva aposta per la competència individual, i la maximització de beneficis influeix en les relacions socials comunitàries, inhibint l'acció col·lectiva. Però el turisme pot arribar a variar i canviar precisament des del local, si la comunitat com a agent arriba a controlar en alguna mesura la seva organització i desenvolupament.

Més que criticar el turisme convencional el que hauríem de fer és domesticar el que ja existeix. Davant les polítiques de creixement i expansió propiciades i encoratjades per l'estat i el mercat (que en l'última instància no alimenten més que l'acumulació de capital) les comunitats s'han convertit en les úniques que el poden arribar a canviar. A través del turisme de base local es pot sotmetre a altres principis, acostant-ho en una certa manera a criteris de justícia, solidaritat i decreixement.

Enfortir a les comunitats és l'objectiu principal del turisme comunitari. El turisme comunitari, diferent del convencional, ofereix altres formes d'interacció amb la naturalesa i amb la comunitat visitada.

El concepte de turisme comunitari és vast i aborda, entre altres coses, la cultura, la identitat d'una comunitat, la cura del medi ambient i el creixement sustentable, planejat i viable, que no modifiqui la manera tradicional de viure i treballar d'artesans, pescadors i agricultors.

El turisme comunitari és una activitat que considera l'existència de la comunitat i de les seves demandes, que ajuda la població a pensar quin tipus de desenvolupament desitja i com es pot realitzar el creixement sense canviar la cultura i l'organització de la comunitat. El turisme comunitari pot ser vist també com una manera de defensar els territoris i comunitats tradicionals.

Una altra característica important és la complementació de la renda que l'activitat proporciona. Aquest és un gran desafiament, perquè basat en el concepte d'economia solidària, cal respectar al treballador i també al comprador. És necessari fer que els serveis i els productes siguin accessibles als turistes; no obstant això, sense la visió que aquella és només una mercaderia més. Aquest tipus de turisme alternatiu també s'enfronta amb altres desafiaments, com el de fer que la joventut no migri cap a la ciutat, sinó que romangui en la seva terra, la valori, i compregui que la seva comunitat.

Per ser una activitat recent, el turisme comunitari necessita ser debatut i enfortit. La seva intenció és donar visibilitat a les experiències desenvolupades i fer-les cada vegada més viables en altres localitats, millorant la infraestructura i la capacitat d'autogestió de les empreses.

6 - CONSUM TURÍSTIC I MOTIVACIÓ PERSONAL DELS TURISTES EUROPEUS

El consum turístic s'entén com tota despesa de consum efectuat per un visitant o per compte d'un visitant, per a i durant el seu desplaçament i la seva estada en el lloc de destinació, la despesa de consum turístic inclou tots els béns i serveis consumits i relacionats amb el viatge, comprenent una àmplia varietat de productes que van des d'aquells inherents al viatge fins a petites compres de béns durables per a ús personal i regals. Existeixen tres tipus de consum turístics:

- Consum turístic intern: És el consum efectuat pels visitants residents com a resultat directe dels seus viatges dins del seu país de residència.
- El consum turístic receptor: És el consum efectuat pels visitants no residents, com a resultat directe dels seus viatges endins de l'economia.
- El consum turístic emissor: És el consum efectuat pels residents com a resultats dels seus viatges a països diferents d'aquell en el qual resideixen.

Associats al consum turístic es troben les motivacions i variables.

6.1 OFERTA I DEMANDA TURÍSTICA

A causa del seu consum, el turisme ve descrit per una oferta i una demanda. Les quals ens fa unes certes preguntes com per exemple Perquè es viatja?, o Per què es consumeix cert turisme i no un altre?

El turisme es caracteritza per ser un producte *intangibile* que genera incertesa perquè estem comprant un producte, un servei, «a cegues» que ni tan sols les opinions i comentaris de familiars i amics poden mitigar íntegrament. En definitiva, no hi ha experiència sobre el servei, fins i tot quan s'ha comprat el mateix, no es pot comparar per aquesta mateixa absència d'experiència i solament es pot confiar en algunes dades suposadament objectives. Altres característiques que fan del turisme una activitat atractiva són la *caducitat*, perquè aquest producte no pot ser emmagatzemat i, per tant, pot perdre's si no es consumeix en un temps; *heterogeneïtat*, deguda a tots els elements que componen el producte turístic i que són difícils de controlar íntegrament; i, per descomptat, *subjectivitat* que raja de les diferents avaluacions que sobre l'experiència turística que tenen els uns i els altres.

En efecte, si preguntem a qualsevol persona sobre un exemple d'oferta turística, amb seguretat respondrà «sol i platja», oferta i motiu recurrent per a una bona part dels consumidors.

Però no existeix només el turisme de «sol i platja», hi ha uns altres com el turisme d'aventura, el turisme cultural, de creuers, rural, comunitari...

Un dels més nous és el que s'associa a la pràctica d'ajuda, una nova manifestació de l'oferta turística que entronca, inevitablement, amb els canvis que aquesta societat ha experimentat en les últimes dècades, en la qual la necessitat de prestar ajuda s'ha convertit en un altre gran mercat i fenomen de masses. Aquest tipus de turisme ve inspirat per la ideologia del turisme sostenible.

Estem d'acord que la part més important del turisme són els turistes, ja que són ells els qui trien un i no una altra destinació turística. Si els turistes senten desitjos de sortir de la seva vida quotidiana, les destinacions turístiques exerceixen per a ells uns factors d'atracció que, en certa manera, es corresponen amb aquells desitjos primers.

Un dels principals factors a l'hora de fer la demanda és el costum; entesa aquesta com el retorn al lloc on un s'ha trobat bé en el passat, la qual cosa segueix amb una cerca de la seguretat.

La relació entre l'oferta i la demanda es troba l'hospitalitat del lloc triat, les dotacions que posseeixi la destinació turística, la seva política de preus.

Existeixen una altra sèrie de factors que complementen la demanda turística, aquella demanda que s'identifica amb la idea d'accedir a llocs pròxims o fàcilment accessibles, enfront dels quals cada any experimenten noves localitats. D'aquesta manera, identifiquem no sols característiques de la demanda turística sinó, al mateix temps motivacions per a fer turisme.

La raó i el desig, l'home o la família que decideix fer un viatge comunitari el fa per a satisfer diversos motius, uns racionals que han de veure amb la necessitat d'ajudar a les zones i països necessitats, però també uns altres gens racionals, en tot cas estètics i simbòlics, que satisfan el seu desig de semblar-se a o d'interpretar un rol determinat en la societat.

6.1.1 EL PODER DEL MÀRQUETING

El màrqueting serà l'eina que ens permetrà aprofundir, publicitar i reformar els destins i productes turístics que a nosaltres ens interessin dins del mercat turístic.

El màrqueting en el turisme no té per què imposar un producte. De fet, coneixent la demanda, nosaltres ho podem ajustar i incidir en la satisfacció de les necessitats.

El turisme com a fenomen de masses, empra també mitjans massius per a publicitar-se que es projecten com a mecanismes de persuasió actuant sobre la memòria, la racionalització, els sentiments, la suggestió i el mateix cor dels demandants, en aquest cas, els turistes.

El concepte de demanda, des d'una perspectiva econòmica, sembla introduir-se per a eliminar la càrrega subjectiva que deriva de termes com el de necessitat. La demanda turística és com el resultat de la suma de la motivació turística, del màrqueting, de les característiques del destí, etc. Per tant, la motivació turística serà una part de la demanda, sent la motivació un fenomen de clars trets subjectius.

6.2 GRUPS D'INTERÈS

Existeixen actualment dos grups de turistes, els psicocèntrics i al·locèntrics. Els primers són subjectes nerviosos i gens aventurers. Els segons, per contra, busquen la varietat, es mostren assegurats de si mateixos, són aventurers. Tots dos expressen diferents característiques turístiques. En el cas dels psicocèntrics observem que aquests prefereixen els destins vacacionals familiars, desenvolupen una escassa activitat, utilitzen desplaçaments terrestres i trien paquets turístics organitzats. Els al·locèntrics, per part seva, trien zones poc turístiques, noves cultures i destinacions noves, prefereixen els viatges no organitzats i entren habitualment l'avió. Per al turisme comunitari el turista al·locèntric és el més indicat i disposat.

Els grups d'interès o stakeholder fa referència a qualsevol individu o grup d'individus que poden afectar o són afectats per les activitats i objectius d'una empresa i que, per tant, han de ser considerats com un element essencial en la planificació estratègica i de gestió empresarial de qualsevol activitat econòmica.

El sector turístic, per part seva, es caracteritza per ser una activitat altament transversal (que afecta al seu torn múltiples sectors), molt heterogènia i altament vulnerable als canvis que es produeixen en l'entorn en el qual aquest tipus d'empreses desenvolupen la seva activitat. Les empreses turístiques s'enfronten contínuament a factors socials, mediambientals, culturals, legals i fins i tot climatològics que poden fer variar els seus rendiments econòmics. Els stakeholders del turisme tenen la capacitat d'influir en el destí i variar les particularitats del producte o servei turístic del destí. Els stakeholders de qualsevol empresa, inclosa la turística, poden ser: a) Accionistes; b) Associacions empresarials, industrials o professionals; c) Clients; d) Competidors; e) Comunitats on l'empresa té operacions; f) Gerents; g) Empleats; h) Govern nacional, local, provincial; i) Inversors; j) ONG; k) Sindicats; l) Família; m) Proveïdors/venedors a l'empresa. n) Mitjans de comunicació. Tots ells obtenen beneficis o sofreixen danys com a resultat de les accions de la mateixa empresa.

Dit això, en el turisme comunitari aquells grups d'individus (Stakeholders) que més s'interessen són les ONGs i famílies o individus independents amb ganes d'ajudar i col·laborar amb les societats indígenes. Són normalment persones amb un perfil bastant similar, gent cansada del turisme tradicional que busquen experiències autòctones i enriquidores tant per a ells com per a la mateixa comunitat. És un turista que busca ser més profund en els seus viatges i retrobar-se amb altres. Intenten trobar altres maneres de comprendre la vida local i la realitat.

6.3 BENEFICIS CULTURALS I PERSONALS DE REALITZAR UN VIATGE COMUNITARI

El Turisme Rural Comunitari és una eina eficaç per a contribuir al desenvolupament econòmic i social de les comunitats locals, al ser un catalitzador d'inclusió i desenvolupament sostenible per als destins. Els governs poden utilitzar-ho com a eina de lluita contra la pobresa i com a incentiu per a millorar les condicions de vida de les poblacions menys afavorides del país.

El més important és que ells siguin conscients que són subjectes del seu propi desenvolupament. Cada comunitat determina la seva forma d'organització i els seus paquets turístics.

És rellevant també que les comunitats sàpiguen que el turisme mal manejat pot tenir efectes indesitjables, el turisme comunitari es tracta d'un turisme continu, però no massiu. Els ciutadans locals han d'aprendre des del bàsic de comptabilitat i administració fins a primers auxilis i com ha de ser la qualitat en el servei, a més de promocionar el seu destí i comunicar la seva oferta. Per tant, es pot dir que el primer benefici personal que obtenen els indígenes és el d'aprendre el bàsic i necessari per viure.

Cal destacar que ni tot és folklore, ni tot és un negoci. Cada pes que un turista deixa en una comunitat indígena serveix per a generar ocupacions, mantenir les instal·lacions, conservar la naturalesa i mitigar l'emigració. Quan això s'aconsegueix, arrelen la família i la cultura.

En resum, es pot afirmar que les poblacions locals surten beneficiades perquè la seva qualitat de vida es veu millorada, permetent-los l'accés a serveis bàsics i reduint la seva vulnerabilitat. La migració a les ciutats es veu reduïda i enforteix la cohesió social. A causa de l'increment dels ingressos, l'escolarització infantil augmenta. I per últim, el turisme comunitari també garanteix la protecció dels recursos hídrics, els ecosistemes i la flora i fauna de totes les poblacions indígenes.

D'altra banda, en quant els beneficis que obtenen els viatgers són també nombrosos. Primer de tot, cal tenir present que tens contacte amb la naturalesa, el viatger gaudirà de la natura de manera responsable visitant espais naturals amples i sense gran quantitat de persones.

Segon, ajudes a l'economia local, ja que els ingressos es reparteixen de manera equitativa amb totes les poblacions que participin. Tercer, et dona l'oportunitat de conèixer llocs únics i poc comuns, gran part dels llocs que es visitaran de l'Àfrica Subsahariana són menys coneguts del normal. Per últim, experimentaràs noves vivències, tradicions i costums úniques amb grups reduïts de persones (de manera més personal).

7 - PROJECTE

Tal com hem anat aprenent al llarg d'aquest treball, el turisme hauria de beneficiar a tots els involucrats (els turistes, les companyies de viatges i a la població local).

Sota aquesta premissa neix el turisme comunitari, una manera de fer turisme en la qual els viatgers i els turistes tenen l'oportunitat d'anar-se'n de vacances a regions rurals per a tenir un contacte diferent amb la població local i conèixer les seves vides, la cultura i les tradicions d'una manera autèntica. Al mateix temps, aquesta activitat ofereix noves oportunitats d'ingressos en l'àmbit local, ja que apareixen unes necessitats que hauran de ser cobertes pels propis nadius.

Així doncs, a continuació, us presento la creació d'una nova empresa anomenada “Fly to discover”, que sota les premisses del turisme comunitari i amb la finalitat d'aconseguir que aquest obri les portes i s'expandeixi a altres zones del món desconegudes, s'ofereix un projecte a Moçambic, un país de l'Àfrica poc conegut, però amb una riquesa cultural i natural que cal preservar i millorar.

7.1 L'EMPRESA “FLY TO DISCOVER”

Fly to discover és una empresa que neix de la necessitat d'intercanviar i d'explorar realment el món profund, és a dir, allò que només s'aprèn de primera mà i si ho vius en primera persona. L'activitat principal proposada per aquesta nova entitat consisteix a realitzar un viatge sostenible a un país rural concretament de l'Àfrica per obtenir una integració màxima del turisme a la vida quotidiana de la població.

7.1.1 MISSIÓ I VISIÓ

La missió de l'empresa està dirigida a crear i elaborar un projecte de viatge que transmeti uns valors a la societat, com aprendre a respectar a les cultures d'indígenes, saber consumir i invertir diners de manera responsable i tenir en compte, en tot moment, al medi ambient. L'empresa ha de destacar per la seva activitat pròpia i única, per això, l'elaboració d'aquest projecte pioner al Moçambic serà la clau del desenvolupament.

7.1.2 FORMA JURÍDICA

La forma jurídica escollida per aquesta empresa serà la SL (societat limitada), ja que en ser la primera vegada que ens embarquem en la creació d'un projecte internacional, es considera que aquesta forma jurídica facilitarà l'inici tant econòmicament com socialment. La responsabilitat està limitada a les aportacions de capital i ofereix una àmplia seguretat legal i jurídica.

7.1.3 OBJECTIUS PRINCIPALS DE L'EMPRESA

L'objectiu principal és aconseguir que nous turistes europeus se sentin atrets per destins i llocs atípics de l'Àfrica rural per tal d'aconseguir un impacte positiu en l'economia de les localitats més pobres i així, poder assolir un equilibri i un principi d'igualtat entre totes les societats globals. L'empresa vol l'empoderament de l'indígena, és a dir, donar una nova i necessària visibilitat a l'autonomia i l'autoestima dels residents.

7.2 PROJECTE A MOÇAMBIC

Per poder posar en pràctica l'activitat empresarial de Fly to discover he decidit elaborar un projecte de turisme comunitari a la zona sud de Moçambic, concretament a la província d'Inhambane. Per assolir una ajuda directa a les poblacions necessitades he posat en el punt de mira a la tribu Chopi.

Aquesta proposta de viatge sorgeix de la idea d'incloure el turisme en la vida dels Chopi per aconseguir que la seva cultura no desaparegui i aconseguir l'expansió de les seves desconegudes tradicions.

7.2.1 INFORMACIÓ D'INTERÈS DE MOÇAMBIC



Moçambic és un país de la costa oriental situat al sud-est de l'Àfrica, concretament a l'Àfrica Austral, que limita al nord amb Zàmbia, Malawi i Tanzània, a l'est amb el canal de Moçambic i amb l'oceà Índic, al sud i a l'oest amb Sud-àfrica i a l'oest amb Swazilàndia i amb Zimbàbue.

El país és un dels més pobres del món, ocupant un lloc baix en PIB per càpita, índex de desenvolupament humà, mesures de desigualtat i esperança de vida, no obstant això, des del final de la guerra civil de 1977-1992, la seva qualitat de vida ha millorat notablement.

FACTORS	DADES
Capital	Maputo
Clima	Tropical humit
Economia	Tot i que la població urbana continua creixent, les zones rurals són les més poblades, ja que són les que proporcionen majors oportunitats d'ocupació. Això comporta, que l'agricultura sigui agricultura de subsistència. Així mateix, la producció d'alumini ha augmentat els ingressos d'exportació en els últims anys.
Població	31.255.435 habitants al 2020
Llengües	Idioma oficial : Portuguès. Altres llengües : cicopi, cinyanja, cinyungwe, cisenga...
Religió	La religió catòlica ocupa el primer lloc (35% de la població), seguida de la musulmana (30%). Altres cultes tradicionals (35%).
PIB	14.019.446 US\$
IDH	0,456 (lloc 180 de 188 països)
Total de metges	2500 metges i sanitaris per 31 milions d'habitants.
Població amb accés, almenys, a serveis bàsics d'aigua potable	56% de la població

7.2.2 INFORMACIÓ DE L'ÈTNIA CHOPI¹²

Els chopis són un grup ètnic de Moçambic. Viuen principalment a la regió de Zavala del sud de Moçambic, a la província d'Inhambane. Estan situats a prop de la capital del país. Tradicionalment, viuen de l'agricultura de subsistència i de l'existència rural. A causa de la guerra civil que va aconseguir l'alliberament de Moçambic del govern colonial portuguès el 1975 molts habitants de la tribu dels Chopi van ser desplaçats o assassinats.



A més, les contínues sequeres van obligar molts a allunyar-se de la seva casa. Quedant així com un grup reduït de persones, actualment els Chopi són només 760.000 i representen el 3% de la població i s'han convertit en una ètnia gairebé desconeguda per a molts.

Els chopis parlen chichopi, i portuguès com a llengua secundària. Són una tribu coneguda especialment per les seves Orquestres de Timbila i les seves composicions poètiques i les coreografies de les seves danses. Però, malauradament després de la dispersió que va suposar vint anys de guerra les estructures socials i culturals s'han deteriorat fins al punt d'estar molts dels seus costums a punt de desaparèixer.

Cada interpretació de timbila inclou un cant (m'zeno), acompanyat per ballarins, mentre els músics toquen en un ritme lent. Aquests textos i cançons, plens d'humor i sarcasme, reflecteixen qüestions socials contemporànies i serveixen per a fer la redacció dels successos de la comunitat.

7.2.3 ASPECTES ECONÒMICS

En 1992, en acabar la guerra civil, els indicadors econòmics de Moçambic situaven al país entre els més pobres del món. Avui dia continua sent un dels països amb menys desenvolupament. Aquesta crisi, unida a la caiguda en els preus de les matèries primeres i la crisi internacional, van provocar una aturada en el creixement econòmic que a penes ronda el 3%.

¹² Mapa de coropletes. Indica la zona on l'ètnia Chopi es troba.

L'any 2016 la inflació va arribar al 19% i la moneda local es va devaluar prop d'un 60% enfront de l'euro i el dòlar.

La majoria de la població (80%) continua depenent d'una agricultura de subsistència amb una productivitat molt baixa; estan limitades les seves possibilitats d'accés al mercat per les grans insuficiències de les infraestructures de transport i de subministrament d'energia, els mateixos factors que limiten les possibilitats de creixement del sector industrial i els serveis.

L'economia de Moçambic és financerament dependent dels països i institucions donants, les aportacions de les quals al pressupost públic d'aquest país representen una proporció descendent però encara significativa, dels números de l'Estat.

Al mateix temps, Moçambic es pot convertir en un dels principals productors de carbó i gas natural del món. Solament necessita les infraestructures necessàries per a poder desenvolupar tots els projectes dedicats a l'extracció d'aquests recursos naturals. D'aquesta manera la seva economia podrà créixer exponencialment i a la vegada, l'índex de desenvolupament dels habitants.

7.2.4 UNIÓ “FLY TO DISCOVER” AMB L'ÈTNIA CHOPI

L'empresa “Fly to discover” té una missió, és a dir, ha d'aconseguir l'elaboració d'un projecte l'objectiu del qual sigui la cerca de com contribuir a enfortir el rol de la cultura en el procés de desenvolupament socioeconòmic de Moçambic. El projecte consisteix a realitzar un viatge de turisme comunitari rural a Zavala (el bressol dels Chopi).

Per poder fer tot això necessitarà un marc legal i una política que empari el viatge.

7.2.5 MARC LEGAL I POLÍTIQUES ENFOCADES AL TURISME

Espanya i Moçambic van establir relacions bilaterals en 1977 i des de llavors les mateixes han tingut tradicionalment com a nucli les activitats de cooperació al desenvolupament. Moçambic és, en efecte, un dels països prioritaris de la Cooperació Espanyola. Des de 1990 hi ha una Oficina Tècnica de Cooperació a Maputo.

El Pla del Director de la Cooperació Espanyola inclou a Moçambic com a país prioritari de la cooperació espanyola, integrant-ho en el grup de Països d'Associació Menys Avançats. El marc jurídic de la Cooperació amb Moçambic el constitueix el Conveni Bàsic de Cooperació signat en 1980.

El 21 de novembre de 2014 es va signar a Maputo el Marc d'Associació País (MAP), que estableix el marc estratègic de la cooperació entre tots dos països. Aquest document d'associació estratègica ens permet concentrar les activitats en tres àmbits: desenvolupament rural, bon govern i salut.

Respecte al turisme, el president de la república de Moçambic és ben conscient dels efectes positius que aquest sector pot comportar. «Donem suport al turisme com a àmbit d'importància capital en la nostra agenda de lluita contra la pobresa» «Donat el seu impacte en termes de llocs de treball i ingressos, i considerant el seu efecte multiplicador en altres esferes de l'economia, el turisme ha demostrat ser un sector de notable importància en el desenvolupament socioeconòmic del nostre país», va afirmar el president de Moçambic, Armant Guebuza, a la reunió de la campanya Líders mundials pel turisme realitzada per la OMT el 2011.

Des de llavors el govern ha impulsat noves polítiques dedicades al creixement del turisme, Moçambic té recursos únics per a promoure el turisme i convertir-lo en un veritable motor capaç de millorar la vida dels seus habitants. A més, té la voluntat política de fer-ho. Ho confirma el fet que el president Guebuza s'hagi unit a la campanya de la OMT, però també el fet que el turisme està àmpliament contemplat en el Pla del Govern per als pròxims anys.

Aquest fet i l'ajuda i l'interès del govern facilitarà la creació de projectes enfocats al desenvolupament econòmic i sostenible del govern.

7.2.6 DOCUMENTACIÓ OBLIGATÒRIA I CONSIDERACIONS ABANS DE VIATJAR

Ara que ja sabem que el projecte tindrà ajudes i el suport polític que necessitàvem serà hora de veure quins documents i requisits sanitaris seran obligatoris per poder realitzar el viatge.

Actualment, a causa de la pandèmia de la Covid-19, per a entrar a Moçambic s'exigeix un test PCR amb resultat negatiu fet com a màxim 72 hores abans de la partida en origen, encara que posseeixi el certificat de vacuna. Afortunadament, ja no hi ha obligació de guardar quarantena en arribar de l'estranger.

Els espanyols necessiten visat per a entrar a Moçambic, cap espanyol pot entrar sense visat, tret que ja sigui resident legal a Moçambic. Serà necessari anar o contactar amb l'ambaixada per a aconseguir el visat que acrediti que apel·les a la responsabilitat. Visats per a l'estada de més de trenta dies (turisme, negocis, assistència humanitària, treball): Per a visats d'estada superior a trenta dies és necessari acudir a l'Ambaixada de Moçambic a Espanya.

El DNI espanyol no té validesa a Moçambic. El passaport és obligatori i ha de tenir validesa mínima de sis mesos. Aquells progenitors que vulguin viatjar amb els seus fills menors de Moçambic a Sud-àfrica hauran de portar amb si o el Llibre de Família o el certificat literal de naixement dels nens, traduït a l'anglès.

Vacunes obligatòries: Moçambic no exigeix cap vacuna per a entrar al país, excepte la febre groga, si en els tres mesos immediatament anteriors a l'entrada a Moçambic s'ha visitat algun dels països endèmics de la febre groga. En aquest cas, haurà de portar amb si el Certificat Internacional de vacunació que així ho acrediti. Vacunes recomanades: Tifus, hepatitis A i B, profilaxi de malària i meningitis.

L'assistència sanitària pública a Moçambic és precària. Hi ha pocs hospitals i escassetat de personal qualificat, especialment en zones rurals. Existeixen algunes clíniques i hospitals privats, fonamentalment a Maputo, que ofereixen un millor servei, de preus elevats. Es recomana contractar una assegurança mèdica el més ampli possible que cobreixi possibles evacuacions a Sud-àfrica o a Espanya.

En les zones rurals hi ha brots esporàdics de còlera i meningitis, normalment vinculat a les conseqüències de desastres naturals i la falta de sanejament. La malària és endèmica en tot el país per la qual cosa es recomana dormir amb mosquiteres i usar repel·lents de mosquits. També hi ha incidència de malalties respiratòries com la tuberculosi i de la SIDA.

7.2.7 IDIOMA I COMUNICACIÓ

La comunicació és un dels aspectes que més hem de tenir en compte a l'hora de viatjar, si no podem interactuar amb els indígenes el tema de l'idioma pot convertir-se en un greu problema. Com bé s'ha comentat en apartats anteriors, a Moçambic es parla portuguès, una llengua romanç bastant similar al castellà.

Aquells viatgers que no tinguin nocions de portuguès comptaran amb l'ajuda d'un traductor (disposat a servei de l'empresa) que els permetrà traduir totes les converses amb els nadius. Gràcies a la col·laboració i al servei prestat del traductor es podran establir millors connexions i comunicacions entre viatgers i locals.

Des de l'empresa es vol que la comunicació sigui fluida i establerta en tot moment, és per això que en cada viatge es disposarà d'un traductor encarregat d'unir els residents i turistes.

7.2.8 CLASSE I PERFIL DELS TURISTES

Els turistes que vulguin gaudir d'aquesta experiència hauran de complir amb una sèrie de normes i tindran un perfil seguit d'unes característiques ben definides. Aquest tipus de viatge que s'ofereix caldrà dotar-ho d'un perfil coherent i concret, orientat cap a determinats consumidors. Evidentment, l'oferta no pot ser la mateixa per a visitants que busquen turisme d'aventura, amb activitats dinàmiques en un entorn més o menys "atrevit", que per a altres atrets per elements culturals i que vulguin comprar artesanía. En definitiva, aquest viatge ha d'explicar-se d'una manera determinada per atreure el turista que compleixi amb aquestes característiques i que sigui capaç d'adaptar-se a circumstàncies imprevistes.

Majoritàriament, es tracta de persones amb una edat compresa entre 26 i 52 anys, encara que, els més joves (entre 18 i 25 anys) també estan molt interessats en aquests viatges. Normalment, és un viatge realitzat amb amics i, en alguns casos, amb parella. La mitjana d'estada acostuma a ser de dotze dies.

Per realitzar aquest viatge l'interès principal del turista haurà de ser la curiositat d'aprendre en primera persona sobre altres cultures. D'altra banda, cal destacar que la disponibilitat econòmica del turista hi juga un gran paper, tot i ser un viatge sostenible i dut a terme a través de tallers no gaire pujats de preu, el viatge té un cost i potser el turista no té els recursos suficients.

Aquest cost pot ser que no estigui a l'abast de tothom, és per això que des de l'empresa s'ofereixen diferents serveis i mètodes de pagaments els quals s'ajustaran segons les necessitats dels turistes que tinguin moltes ganes de fer aquest viatge. Un dels serveis que presta l'empresa a l'hora de pagar, és el de pagar en diversos termes, és a dir, no pagar tot el viatge d'una tirada, sinó dividir el cost en diversos temps i així anar pagant de "a poc a poc". D'aquesta manera aconseguirem facilitar el pagament del viatge al turista que potser no pot pagar tot a l'hora.

Els turistes no requeriran de formació necessària per a realitzar aquest viatge, no es necessitaran nocions específiques sobre cap camp en concret. Però, sí que és ben cert que la majoria d'aquests viatgers que facen viatges així, solen pertànyer a ONG. El que cal tenir en compte és que simplement s'haurà de saber que no es fa aquest viatge per a ajudar, els turistes no han d'anar amb la idea de prestar cap servei, ells simplement han de ser conscients que van allà a aprendre.

El turista que practica turisme comunitari se sent motivat per participar i col·laborar en el desenvolupament de les comunitats d'acollida (pobles indígenes i comunitats apartades que generalment presenten dificultats de desenvolupament), està implicat en els criteris de desenvolupament rural i sostenibilitat, és cooperant o col·laborador d'organitzacions sense ànim de lucre (ONG), i té interès a conèixer i descobrir la cultura i costums locals, així com participar activament d'aquestes.

Són persones que els agrada col·laborar i aprendre alhora. Per trobar als participants i candidats a realitzar aquest viatge serà necessària una bona i completa campanya de màrqueting. Mitjançant un tríptic informatiu, s'explicarà el projecte, a qui està adreçat, que s'oferirà i que aportarà. Amb la creació d'un tríptic únic pels turistes, i un pels habitants de la regió aconseguirem captar l'atenció dels dos bàndols.

7.2.9 QUE APORTARÀ EL TURISTA A LA POBLACIÓ

El turista principalment aportarà suport, és a dir, els estrangers visitaran aquesta zona amb l'única i exclusiva condició de no entremetre's en la cultura i tradició dels residents locals. El que es pretén aconseguir amb aquest viatge és engrandir el coneixement dels visitants respecte a les cultures.

El turista oferirà també els seus coneixements, però una vegada allà en cap moment els posarà en pràctica, ell només els comunicarà i seran els locals els que decideixin si utilitzar els coneixements aportats per l'estranger, o no. Els residents tenen plena autonomia i són ells els que decideixen. Ha de quedar molt clar per als habitants que el turista no ve a ajudar sinó a conèixer i aprendre d'ells.

7.2.10 QUE S'OFERIRÀ A LA POBLACIÓ LOCAL I AL TURISTA ESTRANGER

	HABITANTS DE ZAVALA	TURISTES ESTRANGERS
PUNTS FORTS	La població local oferirà una bona convivència, mostrarà les seves tradicions i cultures a tots els turistes des de dins, en la persona. Aportarà una nova visió basada en la natura, i donarà l'oportunitat als viatgers de conèixer llocs poc comuns i gairebé inexplorats per ningú.	Els turistes oferiran i proporcionaran visibilitat a les cultures i tradicions d'ètnies poc conegudes. Establirà igualtat i sobretot respecte cap a la cultura i població local. Un dels punts més forts és que amb l'arribada estrangera, els diners arribarà als locals de manera immediata. La situació econòmica desenvoluparà un creixement exponencial. Als habitants de Zavala se'ls oferirà també una nova visió sobre els estrangers i sobretot un intercanvi d'experiències.
PUNTS FEBLES	Els ciutadans de l'ètnia acostumen a tancar-se de ment i no volen ni necessiten ajuda de ningú. És important que ells entenguin que els turistes no aniran allà per ajudar, sinó per aprendre. Són persones insegures i desconfiades.	Els estrangers han de ser conscients que els locals no necessiten ajuda, no han d'anar al poble amb la intenció d'ajudar sinó pensant sempre a col·laborar per preservar la cultura i tradicions pròpies de Zavala.

7.3 EXPLICACIÓ PROJECTE PILOT DE TURISME COMUNITARI A ZAVALA : ELS CHOPI A TRAVÉS DELS SENTITS

Aquest projecte anomenat “*Desenvolupament i Enfortiment del Turisme Rural Comunitari a Moçambic, Els Chopi, l'ètnia gairebé desapareguda d'Àfrica*”, va dirigit a enfortir el desenvolupament del Turisme Comunitari a Moçambic com a instrument de lluita contra la pobresa, a través del sector turístic.

El projecte consisteix en realitzar un viatge al país subsaharià per aconseguir una integració del turisme en la societat i vida quotidiana dels residents. Concretament, ens centrarem en el poble rural de Zavala, a la província d'Inhambane. Ens situarem prop de la capital (Maputo) per així facilitar l'arribada i la tornada del país. Maputo té l'aeroport central del país i es la ciutat millor comunicada amb la resta. Aprofitarem aquest avantatge per gaudir millor del nostre viatge.

El següent viatge que es presenta, busca que el turista porti el seu gra de sorra a l'ètnia chopi a través de la realització de diferents activitats i tallers que estaran dinamitzats pels nadius de la ciutat. L'experiència compta amb la col·laboració de diferents famílies les quals, amb la potenciació dels diferents sentits, ens faran col·laborar en el seu dia a dia ajudant-nos a conèixer les seves tradicions. Però no tot serà només això, sinó que també hi haurà temps per a conèixer el país i fer activitats de lleure.

Les autoritats de la localitat seran plenament conscients d'aquest projecte durant tot moment i només intervindran en cas que hi hagi algun problema o esclati algun conflicte.

D'aquesta manera els viatgers viuran una experiència única on romandran en la tribu Chopi durant dues setmanes, i els residents d'aquesta ètnia aconseguiran mantenir vives les seves tradicions i a més obtindran benefici econòmic.

7.3.1 EL NOSTRE VINCLE

Aquest viatge serà plenament gestionat i organitzat a través de diferents contactes, en tot moment hi haurà un gestor al país des d'on es viatgi i un altre gestor al país on es vagi a viatjar. En arribar a l'aeroport, el nostre corresponsal estarà esperant al turista i el recollirà per tal de partir cap al poble de Zavala. Ell serà l'encarregat d'acompanyar-vos durant tot el viatge, però en cap moment participarà en les activitats.

7.3.2 L'ALLOTJAMENT

Les famílies de la mateixa tribu seran les encarregades d'acollir als turistes. D'aquesta manera aconseguirem crear un nou sentiment de comunitat i els turistes tindran l'oportunitat de sentir-se més integrats en la cultura. Els turistes s'allotjaran a les cases particulars dels habitants locals. Els habitatges acostumen a ser de ciment i fusta i tenen pocs recursos.



7.3.3 ACTIVITATS I TALLERS

Els tallers triats ens permetran conèixer millor les tradicions dels Chopi i aconseguirem tenir una experiència única, interactuant de primera mà amb ells. Es proposa participar en el seu dia a dia durant deu dies, realitzant quatre tallers que estaran relacionats amb els cinc sentits. Però, com ja s'ha concretat anteriorment, no és només això el que es farà durant el viatge; sinó que es suggereixen tres rutes d'aventures que estaran intercalades amb els tallers i les activitats indígenes i que es duran a terme entorn de la província d'Inhambane.

Els moçambiquesos afirmen que Inhambane és la ciutat més neta del país. És bé cert que el centre és molt agradable amb les seves façanes multicolors i els seus vells edificis colonials que recorden a Portugal. A més, ofereix vida nocturna, ja que en acabar el dia, els bars comencen a animar-se i ofereixen concerts.



Ens embarcarem en una aventura plena d'aigua on experimentarem la pesca. Pescarem el menjar que posteriorment cuinarem i prepararem a la casa d'acollida. Durant aquesta aventura, pescarem només camarões (gambetes), ja que serà l'únic producte de peix que necessitarem per fer ambdós plats.



Seguidament, començarà el primer taller, el qual involucrarà el sentit de l'olfacte i del gust, es tractarà d'una activitat de cuina. En la tribu comptem amb una família que dedica únicament a la gastronomia, passarem el dia i ens allotjarem a la seva casa, una vegada allà ens ensenyaran a cuinar "Rissóis de camarão" un deliciós aperitiu i "camarão a la graella", plats molt comuns i tradicionals del país. D'aquesta manera, els viatgers aprendran en primera persona sobre la gastronomia pròpia de Moçambic, i a més veuran com és la cuina dels Chopi.



Els rissóis són unes petites empanades fregides de Moçambic. Aquestes empanades en forma de mitja lluna que realitzarem estaran farcides de gambetes, però, a vegades, s'emplen de bacallà (rissóis de bacalhau) o de carn picada (rissóis de carn). A continuació, s'arrebossen i després, es fregeixen. Aquesta és una especialitat moçambiquesa molt popular, que es pot gaudir com a aperitiu o primer plat. Només dependrà de la quantitat que es realitzi. Per fer aquest taller no seran necessaris molts aliments, només és necessitarà camarão, farina i ou. El segon plat "camarão a la graella" és també un dels plats més comuns del país. Com bé indica el seu nom són camarãos passats per la grella. Acostumen a estar acompanyats per verdures.

He triat aquest plat per què considero que és un dels més comuns de tot el país i perquè com no són molt sofisticats, seran fàcil d'ensenyar pels locals i fàcil d'aprendre pels turistes.



La següent tasca que desenvoluparan els turistes té a veure amb l'oïda i la gran particularitat d'aquesta és que es durà a terme durant tot el viatge, és a dir, està activitat els acompanyarà al llarg del trajecte i és aquí on en un moment determinat totes dues cultures s'uniran.



El taller consistirà a crear una cançó conjunta amb l'orquestra típica dels Chopi, el Timbila. Al llarg del projecte hauran diverses fases, però totes dedicades al mateix objectiu, aconseguir la creació de la cançó. Primer, els turistes aniran a l'abocador de la zona acompanyats d'una altra família del poble i obtindran d'allà tota la fusta reciclada necessària per a crear l'instrument. D'aquesta manera en cap moment es danyarà el medi ambient i es preservarà la naturalesa pròpia del país.

El següent pas serà portar tot el recol·lectat al poble i una vegada allà una altra família nativa ens acompanyarà, aquest procés durarà diversos dies, ja que aquí serà el moment on construïm l'instrument principal. Amb l'ajuda dels experts Chopi muntarem l'instrument que ens permetrà elaborar la cançó. Seguidament, haurem d'aprendre a tocar aquest aparell musical, amb l'ajuda d'un professor de l'ètnia. L'instrument, anomenat Timbila, és la raó per la qual es coneixen als Chopi, és el més característic de tota l'ètnia. És una espècie de xilòfons que emeten diversos sons segons la manera en com es toquin. El Chopi Timbila va ser proclamat Obra Mestra del Patrimoni Oral i Immaterial de la Humanitat per l'UNESCO en 2005.

Una vegada tinguem l'instrument i sapiguem utilitzar-lo arribarà el moment de crear la lletra de la cançó. Els Chopi són també coneguts per les seves grans composicions poètiques així que ells seran els encarregats principalment d'elaborar la lletra i cantar. La música dels Chopi és coneguda per ser reivindicativa. La coreografia Timbila fa referència a la història del poble Chopi i, en particular, als conflictes amb els zulús en el segle XIX. I finalment, els poemes cantats en el Chopi Timbila afirmen la independència cultural dels Chopi i es fan ressò dels debats interns de la societat Chopi.

Quan ja tinguem tot serà el moment de gravar la cançó i és aquí on el turista aportarà els seus coneixements. Serà la culminació i fusió entre totes dues cultures. Els Chopi han fet la seva part d'ajudar i ensenyar a crear l'instrument i la lletra, ara li tocarà al viatger, aquest s'encarregarà de gravar i reproduir la



cançó. Amb l'ajuda de tots dos grups haurà estat possible elaborar una cançó i retransmetre-la. D'aquesta manera tots hauran col·laborat i posat els seus coneixements en comú per a preservar la tradició i fer-la més visible i reconeguda a la resta del món.

Aquest taller serà el centre principal del projecte. Serà una manera d'involucrar al poble sencer en la tradició, tothom ajudarà d'una manera o d'un altre al fet que el turista aprengui i s'interessi per la cultura Chopi i a més el viatger també se sentirà particip d'aquesta grata experiència única, ja que se li donarà l'oportunitat i serà capaç de posar en comú els seus coneixements propis.



Altres tallers que també tindran lloc seran l'activitat dedicada a la roba i la visita a la recol·lecta de fruita i verdura destinada al mercat de la plaça central d'Inhambane. Començant pel de la roba, aquest taller estarà dedicat al sentit de la vista. Els turistes canviaran d'allotjament i aniran a casa de l'única família coneguda a Zavala per les seves robes, una vegada allà els locals els ensenyaran roba típica de l'ètnia i com confeccionar-la. Els turistes aprendran i veuran les tradicionals vestimentes Chopis. L'Objectiu d'aquest taller serà aconseguir l'elaboració d'un "dashiki". La peça de roba més característica de tota Àfrica, coneguda pels seus extravagants colors. Els turistes podran dissenyar-la com vulguin i serà independent, els Chopi només ensenyaran i faran una de mostra. Utilitzarem com a model un dashiki informal i de materials només serà necessari El teixit *kente*, un tipus de gènere de seda i cotó, compost de franges i fet en teler.



La visita a la recol·lecta de fruita i verdura destinada al mercat de la plaça central d'Inhambane significarà l'últim taller i estarà dedicat al sentit del tacte. Els viatgers de la mà dels Chopi ens embarcarem fora del poble i anirem al bosc, una vegada allà amb l'ajuda dels millors agricultors de la tribu veurem i experimentarem com recol·lecten la majoria de menjar que després va destinat al principal mercat de la zona. L'aliment principal que els viatgers recaptaran serà fruita i verdura, especialment la coneguda fruita de la passió (maracujà) i la mandioca. Entre altres aliments molt abundants destaquen els cereals, sobretot el blat de moro. Els turistes observaran com tot és manual i podran establir certes semblances o diferències amb el mètode de recol·lecta europeu.



La primera ruta per conèixer la zona de la mà d'habitants locals Chopi serà prop de la badia d'Inhambane i recorrerem els carrers que envolten la catedral de La nostra Senyora de la Concepció, de cent setanta anys d'antiguitat. Ja en la badia, veurem les bagalas o dhows que, des del segle XI, van i venen per aquestes aigües cristal·lines. Allà ens esperarà un pescador veí del grup i pertanyent a l'ètnia Chopi. Experimentarem la pesca responsable.

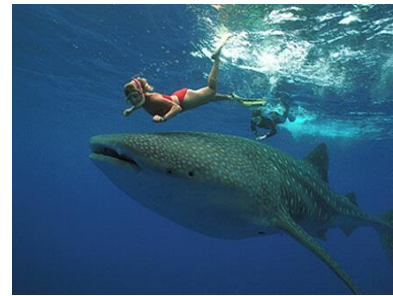


Per realitzar aquesta ruta haurem de llogar un cotxe i dirigir-nos cap al nord-est del país. La badia d'Inhambane es troba a 1h i 32 minuts de distància del poble de Zavala. Tot i ser una excursió de durada bastant llarga, només utilitzarem una carretera "Av. da Independencia". Una vegada arribem començarem a conèixer la zona, visitar la catedral i començar l'activitat de la pesca.

L'altra activitat d'aventura serà anar d'excursió a la "Praia do Tofo", allà es gaudirà d'un magnífic dia de platja i es portarà a cap una sortida de busseig on s'intentarà veure a la balena geperuda.



Aquesta activitat es realitzarà amb l'objectiu de veure un dels animals més curiosos de tota la natura, és per això que serà necessari anar amb moltíssimes ganes de passar-s'ho bé. Praia do Tofo es troba a 1h 43 minuts de distància, i està molt a prop de la badia d'Inhambane, és per això que la ruta serà la mateixa. Una vegada allà, anirem fins a la vora del mar on trobarem una petita casa de fusta la qual és una oficina de l'empresa amb qui realitzarem l'activitat de busseig. Primer ens prepararan i ens donaran el material i una breu xerrada del que suposa fer l'activitat i ja després per últim farem la sortida. Després de passar i aprofitar tot el dia allà tornarem a Zavala just per sopar.



Per últim, també s'organitzarà una escapada a la platja més desconeguda de tota la província "Barra Beach", situada una mica més allunyada de la resta. L'objectiu d'aquesta sortida serà practicar surf de la mà de dos experts.



Per realitzar aquesta ruta haurem de llogar un altre cotxe i dirigir-nos cap al nord-est del país. Barra Beach es troba a 2h y 3 minuts de distància del poble de Zavala. Per fer aquesta excursió utilitzarem principalment la carretera nacional "Av. da Independencia" i posteriorment, una vegada passada la ciutat d'Inhambane utilitzarem altres carreteres secundàries. Una vegada arribem començarem l'activitat de la mà d'una empresa dedicada únicament al surf. Igual que amb les altres excursions, gaudirem de tot el dia i ja a la tarda tornarem a agafar el cotxe per tornar al poble.

CONCLUSIONS

“El turismo es un sector horizontal e interconectado; nuestro éxito depende de la colaboración, es decir, darnos la mano unos a otros, compartir inteligencia y compartir experiencias.”

Taleb Rifai (Secretari General de la OMT 2010-2017)

Al llarg d'aquest treball he intentat donar resposta a una sèrie d'interrogants sobre una temàtica no gaire treballada fins al moment dintre del camp del turisme, l'anomenat Turisme Comunitari. Aquesta nova modalitat gairebé desconeguda acostuma a només actuar amb comunitats rurals de l'Amèrica Llatina, és per això que jo vaig voler donar-li un altre enfocament i vaig escollir centrar-me en les poblacions indígenes de l'Àfrica. El meu objectiu principal era respondre a la pregunta de si a través d'un projecte basat en el Turisme Comunitari es podrien millorar les condicions de vida de les poblacions indígenes.

Per aconseguir aquest objectiu primer vaig centrar-me a estudiar i conèixer de manera profunda l'Àfrica Subsahariana. A través de diversos informes, es pot concloure que Àfrica és una terra amb una riquesa i diversitat molt importants, un continent multicultural, multilingüe, multiconfessional, un continent necessitat (pobresa, fams, malalties, analfabetisme, alta mortalitat infantil, baixa esperança de vida, conflictes) i amb escàs desenvolupament econòmic. Seguidament, vaig posar en el punt de mira l'estructura sociològica del turisme.

Estudiant l'impacte, els propòsits i el consum que aquest comporta he arribat a la conclusió que el Turisme Comunitari no és només una opció de negocis, si no pot ser una opció de millorar les condicions de manera sostenible: no sols de manteniment sinó fins i tot de supervivència, no un model de comercialització de la cultura, sinó el rescat d'ella; no un model d'ús dels paisatges, sinó de preservació de vida. Així el Turisme Comunitari pot convertir-se en opció de vida.

La cultura tal com s'ha observat en el desenvolupament d'aquest treball és el punt de partida fonamental per al foment i la construcció del turisme. És així com aquest treball a través de l'elaboració d'un projecte ha pretès mostrar que el Turisme Comunitari pot ser utilitzat com un instrument per a la inclusió social i el rescat de la cultura tradicional de petites poblacions indígenes, de tal forma que es converteixi en un mecanisme de disminució de la pobresa i la desigualtat econòmica.

El projecte tenia com a finalitat afirmar o refutar la meua tesi que efectivament, sí que es podien millorar les condicions de vida dels habitants indígenes africans. Per a això, va ser necessari considerar diversos elements relacionats tant amb el turisme com amb l'emprenedoria, primer deguí crear un òrgan empresarial el qual fos capaç de gestionar el viatge i després el segon pas va ser analitzar el marc polític i legal, el perfil dels viatgers, que podia aportar un viatge d'aquestes característiques, etc. Una vegada vaig tenir tota la informació necessària vaig començar a elaborar en què consistiria el viatge.

Finalment, quan ja vaig acabar el projecte vaig adonar-me que la meua hipòtesi havia quedat afirmada. D'acord amb els resultats finals i organització del viatge aquest projecte podria convertir el turisme comunitari en l'opció de vida de les poblacions indígenes. D'aquesta manera preservant les seves cultures i tradicions, nous llocs d'ocupació podrien crear-se i la situació econòmica millorar exponencialment.

En aquesta direcció, es podria plantejar si aquest projecte podria portar-se al cap i seria possible fer-ho. Personalment, considero que aquesta proposta de viatge si seria viable bàsicament per dues raons, la primera és perquè s'ha demostrat intentar que el viatge seria sostenible i comptaria amb l'ajuda d'organitzacions polítiques i humanitàries, i la segona perquè aquesta proposta no té un cost gaire elevat i, per tant, la situació econòmica dels viatgers no seria un problema. A través d'aquest viatge es pot capgirar la situació econòmica i social i canviar-la a millor.

Un cop introduïda la temàtica, espero que propers estudis puguin fer un pas més enllà i intentar proposar aquest projecte com a forma d'iniciar un desenvolupament turístic en una nova destinació o, fins i tot, com a estratègia per tal de reorientar models turístics estandarditzats i desvinculats de l'Àfrica indígena. Vull concloure comentant que m'hagués agradat presentar el projecte a diverses entitats, o fins i tot a l'ambaixada, per acabar de valorar la seva idoneïtat, cosa que malauradament no ha sigut possible degut a la falta d'interacció amb els destinataris, després d'enviar múltiples correus no vaig rebre cap mena de resposta. Fet que va impossibilitar el meu desig d'acabar de valorar la qualitat final del projecte.

BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

Acnur. (17 de juliol de 2021). *África subsahariana, el hogar de 18 millones de refugiados*. Obtenido de

<https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/emergencias/africa-subsahariana-el-hogar-de-18-millones-de-refugiados>

Aprende de Turismo. (4 de Setembre de 2021). Obtenido de Turismo Rural Comunitario

(TRC): <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>

Boughroum, K. (14 de juliol de 2021). *Ayuda en Acción*. Obtenido de

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/ayuda-humanitaria/africa-subsahariana-paises/>

Boughroum, K. (29 de juliol de 2021). *Ayuda en Acción*. Obtenido de Idiomas de

África: lenguas oficiales y dialectos:

<https://ayudaenaccion.org/ong/blog/ayuda-humanitaria/lenguas-africanas/>

Bueno, J. M. (10 de novembre de 2021). *Ministerio de asuntos exteriores*. Obtenido de

Ficha Técnica Mozambique:

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/mozambique_ficha%20pais.pdf

Bueno, J. M. (3 de desembre de 2021). *Ministerio de Asuntos Exteriores*. Obtenido de

Recomendación de viaje : República Mozambique:

<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/SiViajasAlExtranjero/Paginas/DetalleRecomendacion.aspx?IdP=128>

Caranci, C. A. (2021). Sociedad e individuo en África. *Revista Pueblos*, 14-19.

Casa África. (10 de desembre de 2021). Obtenido de Mozambique:

<https://www.casafrica.es/es/pais/mozambique>

Chin, J. M. (6 de setembre de 2021). *Co'ox mayab*. Obtenido de Viajar Turismo

Comunitario: <https://cooxmayab.com/viajar-turismo-comunitario/>

- CIA. (20 de octubre de 2021). *The World Factbook*. Obtenido de Mozambique: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mz.html>
- Cooperación española. (2 de noviembre de 2021). *MDGIF*. Obtenido de El F-ODM ayuda a preservar la cultura ancestral de Mozambique: <http://mdgfund.org/es/country/mozambique/story/elf-odmayudaapreservarlaculturaancestraldemozambique>
- Cooperación española. (26 de noviembre de 2021). *MDGIF*. Obtenido de Mozambique: Fortalecimiento de las industrias culturales y creativas y las políticas inclusivas en Mozambique: <http://www.mdgfund.org/es/program/el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas y las políticas inclusivas en Mozambique>
- Crea África*. (18 de octubre de 2021). Obtenido de Centro de recursos africanistas: <http://crea-africa.org/conoce-africa/paises/mozambique/ficha-tecnica/>
- Grupo Banco Mundial. (25 de julio de 2021). *Banco Mundial*. Obtenido de África: Panorama general: <https://www.bancomundial.org/es/region/afr/overview>
- Grupo Unesco. (4 de diciembre de 2021). *Le Chopi Timbila*. Obtenido de Unesco : Patrimoine culturel immatériel: <https://ich.unesco.org/fr/RL/le-chopi-timbila-00133>
- Grupo Unwto. (26 de octubre de 2021). *UNWTO*. Obtenido de EL TURISMO ES UN INSTRUMENTO PARA REDUCIR LA POBREZA, AFIRMA EL PRESIDENTE GUEBUZA DE MOZAMBIQUE, QUE SE SUMA A LA CAMPAÑA MUNDIAL DE LA OMT Y EL CMVT: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-es-un-instrumento-para-reducir-la-pobreza-afirma-el-presidente-guebuza-de-mozambique-0>
- Junta de Comercio y Desarrollo. (2021). Desarrollo económico en África: El turismo para el crecimiento transformador e inclusivo. *Conferencia de las Naciones Unidas*, (pág. 7). Ginebra.

- Junta general OMT. (1 de Setembre de 2021). *UNWTO.ORG*. Obtenido de ÉTICA, CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social>
- López, J. F. (16 de agost de 2021). *Enciclopedia*. Obtenido de Guía para calcular e interpretar el IDH: <https://economipedia.com/guia/guia-para-calcular-e-interpretar-el-idh.html>
- Luz, K. (17 de desembre de 2021). *En Mozambique, prohíben la pesca y obtienen mejores resultados*. Obtenido de Descubre WWF: <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/en-mozambique-prohiben-la-pesca-y-obtienen-mejores-resultados>
- Merino, Á. (17 de agost de 2021). *El Orden Mundial*. Obtenido de ¿Cuáles son los países con más y menos hijos por mujer?: <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/paises-con-mas-y-menos-hijos-por-mujer/>
- Ministério do Turismo. (12 de desembre de 2021). *Moztourism*. Obtenido de Generalidades sobre Moçambique: <https://web.archive.org/web/20070503193837/http://www.moztourism.gov.mz/uteis/moz.htm>
- Mohiddin, A. (2021). *Hacia una cultura y política apropiada para África*. Nairobi, Kenya: NUEVA SOCIEDAD NRO.39.
- Moral, P. (17 de agost de 2021). *El orden Mundial*. Obtenido de ¿A dónde migran los africanos?: <https://elordenmundial.com/adonde-migran-los-africanos/>
- Moya, R. G.-J. (21 de juliol de 2021). *LOS DESAFIOS DE AFRICA*. Obtenido de Casa África: https://www.casafrica.es/sites/default/files/old_cms/casafrica/Economia-y-Empresa/los-desafios-de-africa-.pdf
- Mundial, G. B. (16 de agost de 2021). *Banco Mundial*. Obtenido de PIB: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD>

- Organización Mundial de la Salud. (2021). *Personal sanitario, infraestructura, medicamentos esenciales*. who.int.
- Osuna, M. S. (27 de juliol de 2021). África: los próximos conflictos políticos y militares. *Actualidad rt*.
- Pitts, N. (2021 de setembre de 17). *Alba Sud Noticias*. Obtenido de Fortalecer las comunidades es el objetivo del turismo comunitario: <https://www.albasud.org/noticia/es/134/fortalecer-las-comunidades-es-el-objetivo-del-turismo-comunitario>
- RAMDOO, I. (22 de juliol de 2021). El África de los recursos naturales. *La Vanguardia*.
- Silva, M. (2021 de setembre de 17). ACS - AEC. Obtenido de El Turismo Comunitario: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Soler, D. (16 de juliol de 2021). *El Orden Mundial*. Obtenido de África Subsahariana en 2021: <https://elordenmundial.com/africa-subsahariana-en-2021/>
- Tradiciones*. (12 de noviembre de 2021). Obtenido de Tradiciones de Mozambique. Creencias, Fiestas, Costumbres, Vestimenta y Comidas
- UNWTO. (18 de agost de 2021). *PROMOVER LA “MARCA ÁFRICA” PARA APROVECHAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CONTINENTE*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/promover-la-marca-africa-para-aprovechar-el-potencial-turistico-del-continente>
- Viajes Etnias*. (14 de juliol de 2021). Obtenido de Tipos de clima en África: <https://www.viajesetnias.com/tipos-de-clima-en-africa/>
- Gil, Á. R. (2003). *Sociología del Turismo*. Barcelona: Ariel, S.A.7
- Murray, E. C. (2019). *Turificación Global*. Barcelona: Icaria Antrazyt.
- Nowicka, P. (2008). *Vacaciones en el paraíso: Turismo y desarrollo*. Intermón Oxfam.

ANNEXES

ANNEX 01 – TRÍPTIC INFORMATIU DEL VIATGE

Tríptic informatiu dedicat als viatgers europeus interessats en la proposta de viatge.

 <p>APROFITA I AJUDA'NS AMB EL NOSTRE DESIG D'INTEGRAR DE MANERA SOSTENIBLE EL TURISME EN LA VIDA QUOTIDIANA DE LES POBLACIONS MÉS AUTÒCTONES</p>	<p>“FLY TO DISCOVER”</p> <p>Fly to discover és l'empresa encarregada dur a terme aquest viatge a Moçambic, el paradís africà.</p>  <p>https://projecte-turisme-comunitari.webnode.es</p>  <p>123456789</p>	<p>ELS CHOPI, L'ÈTNIA DESCONEGUDA DE MOÇAMBIC</p> <p>VINE I GAUDEIX CONEIXENT ALS CHOPI, L'ÈTNIA MÉS MUSICAL DE TOT ÀFRICA</p> 
<p>VIATJAR ENRIQUEIX L'ESPERIT EN MOLTS NIVELLS. CONÈIXER NOVES CULTURES I COSTUMS ÀMPLIA LA NOSTRA PERSPECTIVA I ESTIMULA LA CURIOSITAT. VINE I GAUDEIX DE MOLTES EXPERIÈNCIES ÚNIQUES A TRAVÉS DELS 5 SENTITS DE LA MÀ DELS CHOPI</p>	<p>Recollida a l'aeroport i trasllat al poble per part d'un contacte de l'empresa</p> <p>Estada i allotjament a Zavala a casa dels nadius Chopi</p> <p>Traductors disponibles al vostre servei</p>	<p>4 activitats per a 5 sentits</p> <ul style="list-style-type: none">• Taller de cuina típica dels Chopi• Creació d'una cançó amb el Timbila i l'ajuda dels nadius• Confecció del Dashinki (Vestimenta típica)• Recol·lecta de fruita i verdura destinada al mercat del poble <p>A més, visites d'interès i altres activitats!!</p>

ANNEX 02 – DÍPTIC INFORMATIU DEL VIATGE

Díptic informatiu dedicat als habitants locals que vulguin participar en el projecte.



**SABIES QUE POTS
CONVERTIR
L'ENSENYAMENT DE
LA TEVA CULTURA
EN EL TEU NOU
TREBALL?**

**COMPARTEIX
LA TEVA
CULTURA I
ENSENYA UNA
NOVA FORMA
DE VIDA**

CONTACTA AMB NOSALTRES

TLF: 123456789
WEB: <https://projecte-turisme-comunitari.webnode.es>

OBJECTIUS

L'objectiu principal és aconseguir que nous turistes europeus se sentin atrets per aprendre sobre la teva cultura per tal d'aconseguir un impacte positiu en l'economia de la teva localitat. A través d'acollir turistes europeus volem assolir un equilibri i un principi d'igualtat entre totes les societats globals.

Volem el teu empoderament!

BENEFICIS

- VISIBILITAT A LES CULTURES I TRADICIONS.
- S'ESTABLIRÀ IGUALTAT I SOBRETOT RESPECTE CAP A LA CULTURA.
- NOVA VISIÓ SOBRE ELS ESTRANGERS I SOBRETOT UN INTERCANVI D'EXPERIÈNCIES.
- AMB L'ARRIBADA ESTRANGERA, ELS DINERS ARRIBARAN ALS LOCALS DE MANERA IMMEDIATA. LA SITUACIÓ ECONÒMICA DESENVOLUPARÀ UN CREIXEMENT EXPONENCIAL.

Nova i necessària visibilitat a la autonomia i autoestima dels residents.

FLY TO DISCOVER

EMPRESA TURÍSTICA

Aquesta empresa serà l'encarregada d'organitzar el viatge i de portar-ho a terme.

SABIA QUE PODE
TRANSFORMAR O
ENSINO DA SUA
CULTURA NO SEU
NOVO EMPREGO?

PARTILHAR A SUA CULTURA E ENSINAR UM NOVO MODO DE VIDA

CONTACTE-NOS

TLF: 123456789
WEB: <https://projecte-turisme-comunitari.webnode.es>

OBJECTIVOS

O principal objectivo é atrair novos turistas europeus para aprender sobre a sua cultura a fim de ter um impacto positivo na sua economia local. Ao acolher os turistas europeus, queremos alcançar um equilíbrio e um princípio de igualdade entre todas as sociedades globais.

Queremos o seu empowerment!

Visibilidade nova e necessária para a autonomia e auto-estima dos residentes.

BENEFÍCIOS

- VISIBILIDADE DAS CULTURAS E TRADIÇÕES.
- A IGUALDADE E SOBRETUDO O RESPEITO PELA CULTURA SERÃO ESTABELECIDOS.
- NOVOS PONTOS DE VISTA SOBRE OS ESTRANGEIROS E, SOBRETUDO, UMA TROCA DE EXPERIÊNCIAS.
- COM A CHEGADA DE ESTRANGEIROS, O DINHEIRO VIRÁ IMEDIATAMENTE PARA OS LOCAIS. A SITUAÇÃO ECONÓMICA IRÁ DESENVOLVER-SE EXPONENCIALMENTE.

FLY TO DISCOVER

COMPANHIA DE TURISMO

Esta empresa será encarregada de organizar a viagem e de a realizar.

