



TÍTULO

"TURISMO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO. UN ANÁLISIS DE LA ISLA DE SANTIAGO (CABO VERDE)"

TITLE

"TOURISM AND SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT. AN ANALYSIS OF THE ISLAND OF SANTIAGO (CAPE VERDE) "

AUTORES

Manuel Osuna Soto. Universidad de Córdoba

Ana María Castillo Canalejo. Universidad de Córdoba

Tomás López-Guzmán. Universidad de Córdoba

PALABRAS CLAVE

Recursos turísticos, Cabo Verde, naturaleza, desarrollo socioeconómico, Isla de Santiago

KEYWORDS

Tourism resources, Cape Verde, nature, socioeconomic development, Island of Santiago

RESUMEN

Resulta muy importante el sector turístico en países más desfavorecidos como motor de desarrollo endógeno, alcanzando mayor protagonismo en países que tengan un atractivo singular, que permita un desarrollo sectorial de ese fenómeno. De esta manera podemos segmentar según los principales atractivos que atraen turistas en: turismo de sol y playa, turismo cultural, gastronómico, ecoturismo, agroturismo,... A su vez este sector puede implicar un importante crecimiento socioeconómico para la zona y, a su vez, servir para fortalecer otras actividades empresariales. De esta manera, el turismo se está convirtiendo en un motor de desarrollo en algunos países de África, en los cuáles la puesta en valor de diferentes recursos está articulando la creación de una oferta turística sostenible que sirva para dar respuesta a la demanda de unos viajeros cada vez más exigentes y que buscan nuevas experiencias.

En esta comunicación presentamos un estudio realizado en la isla de Santiago (Cabo Verde) sobre la importancia del turismo, como alternativa a los tradicionales destinos turísticos masificados, y que permite un mayor contacto con la comunidad local y el conseguir nuevas experiencias para los viajeros. Para ello presentamos los resultados de un trabajo de campo realizado en esta isla donde se analiza y discute la valoración y la percepción que tienen los viajeros que visitan esta isla sobre diferentes aspectos en que se basa el turismo de la misma.

Los principales resultados de este estudio resaltan la calidad de los servicios ofertados por las empresas, la importancia de los recursos naturales en la zona y la hospitalidad de la comunidad local, elementos clave para el desarrollo de esta clase de turismo. Resultan ser por tanto estos elementos la clave esencial para el desarrollo de una forma de turismo singular como es el turismo comunitario: la implicación de la comunidad local en el desarrollo del turismo, desplegándose a su vez elementos de desarrollo tan importantes como la democracia y planificación social, extendiéndose así el desarrollo no solo a aspectos económicos, sino que trasciende a procesos políticos y sociales.

ABSTRACT

It is very important to the tourism sector in poor countries as an engine of endogenous development, reaching greater role in countries that have a unique attraction, allowing a sectorial development of this phenomenon. In this way, we can segment according to the main attractions that attract tourists in: tourism of Sun and beach, cultural, gastronomic tourism, ecotourism, rural tourism,... In turn this sector can involve a significant socio-economic growth to the area and, in turn, serve to strengthen other business activities. In this way, tourism is becoming an engine of development in some African countries, in which the enhancement of different resources is articulating the creation of a sustainable tourist offer that serves to respond to the demand for a more discerning travelers and looking for new experiences. In this communication are a study in the Santiago Island (Cape Verde) on the importance of tourism, as an alternative to the traditional tourist destinations, and allowing more contact with the local community and get new experiences for travellers. So we present the results of a

field work carried out on this island where he analyzes and discusses the valuation and the perception that have travelers who visit this island on various aspects underlying tourism of the same. The main results of this study highlight the quality of the services offered by the companies, the importance of natural resources in the area and the hospitality of the local community, key elements for the development of this kind of tourism. They happen to be for both these elements the key essential for the development of a form of unique tourism such as community-based tourism: the involvement of the local community in the development of tourism, unfolding at the same time elements of development such as democracy and social planning extending the development not only to economic aspects as well, but that it transcends political and social processes.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los viajeros muestran un cambio en el sentido de buscar otra forma de conocer las áreas geográficas, mostrándose, además, como personas activas en sus viajes. Así, se busca explorar otros destinos donde la cultura local, la naturaleza, lo étnico, las costumbres autóctonas y la herencia histórica de esas áreas adquieren cada vez más importancia y, en este sentido, se busca experimentar la diversidad cultural como forma de enriquecer a los viajeros. Surge de esta forma el "turista explorador" que no se conforma con disfrutar los atractivos que se le ofrecen, quiere interactuar con los autóctonos y deglutir en toda su extensión la oferta turística en sentido amplio, trascendiendo así los elementos de interés para el visitante, de manera que cada vez resulta más difícil categorizar el turismo en una sola dimensión: cultural, gastronómica, ecológica,...

Por otra parte, y desde la perspectiva de la oferta, se considera que el turismo puede convertirse en una actividad complementaria (pero nunca como única alternativa económica) a los tradicionales sectores económicos de la comunidad local (fundamentalmente el sector primario), pero con la premisa previa de que sean los habitantes del lugar los que desarrollen y gestionen dichos procesos para conseguir, de esta manera, una mayor implicación por parte de la comunidad en cuanto a su futuro económico y la generación económica que esta actividad productiva significaría para la

propia área geográfica. Conviene resaltar este aspecto dado que lo que pretende está actividad en países menos favorecidos no es afrontar la arriesgada apuesta de cambiar de manera radical el modelo económico en que se sustenta la comunidad, sino que por su parte pretende conservar la actividad económica existente que ya la comunidad conoce y desempeña y ampliarla con el desarrollo de esta actividad que permita incorporar recursos ociosos a la actividad económica, reduciendo el índice de desempleo y favoreciendo la integración social en grupos con riesgo de exclusión y fundamentalmente invirtiendo la tendencia creciente de diáspora migratoria que aboca a estos países a un decrecimiento permanente al perder a sus recursos personales más preparados y emprendedores.

La articulación de esta tipología de actividad turística, basada en la planificación y gestión por la propia comunidad local, ofrece en los Países en Vías de Desarrollo grandes posibilidades de desarrollo social y comunitario a través de la creación de cooperativas y otras formas asociativas. Y, en este sentido, se considera al turismo como una herramienta básica para luchar contra la pobreza, con iniciativas tales como el programa de la Organización Mundial del Turismo (OMT) denominado ST-EP (*Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*). En este sentido, la OMT (2002) señala que el turismo sostenible y comunitario podría ser, y de hecho lo es ya en diferentes países africanos, una herramienta fundamental para el desarrollo socioeconómico y para reducir la pobreza en determinadas áreas rurales, en las cuáles se pueden establecer oportunidades para gestionar empresas y crear puestos de trabajo a través del desarrollo de sus recursos culturales, históricos y medioambientales, ofreciendo oportunidades a pequeña escala, sobre todo para las mujeres y para los jóvenes, y como actividad complementaria, y nunca sustitutiva, de la agricultura, de la ganadería y de la pesca. En este sentido, la literatura científica (por todos, Novelli y Gebhardt, 2007) señala que el turismo es uno de los sectores económicos con un mayor crecimiento en todo el Mundo y que la promoción del desarrollo turístico en zonas rurales (y urbanas) de áreas desfavorecidas de Países en Vías de Desarrollo depende, en definitiva, de diferentes factores de carácter económico, social, ambiental, cultural y político.

África, y más concretamente Cabo Verde, ha experimentado un importante crecimiento exponencial en el número de turistas, pero este incremento no se ha visto

reflejado, en la mayoría de los casos, en la generación de riqueza para la propia comunidad local, incluyendo beneficios de carácter social y medioambiental (Novelli y Gebhardt, 2007). Sin embargo, sí es claro que el impacto de la actividad turística debe de medirse teniendo en cuenta dos elementos esenciales (Nyaupane *et al.*, 2006): primero, el nivel de implicación de la propia comunidad local en esta actividad y el grado de control de la planificación y gestión turística por parte de dicha comunidad; segundo, el número y, sobre todo, el perfil de los viajeros que se reciben en el área geográfica. Y, en este sentido, el turismo puede tener efectos muy positivos para preservar la cultura local, para proteger manifestaciones culturales y para reforzar los lazos socioeconómicos de la propia comunidad (Al-Oun y Al-Homoud, 2008).

El objetivo de esta comunicación es presentar un análisis de la situación del turismo comunitario en una determinada área geográfica de África, la isla de Santiago en Cabo Verde, sobre la base de que esta isla aún no ha vertebrado un desarrollo turístico basado en el turismo de masas (como sí ha sucedido en las islas caboverdianas de Sal y Boa Vista) y que está dando respuesta a los cada vez más importantes flujos de turistas que llegan a la isla a través de pequeñas empresas turísticas gestionadas y vertebradas en torno a la propia comunidad. Hay que destacar que en la isla se dan numerosos atractivos culturales, medioambientales, paisajísticos, gastronómicos, agrícolas,...para poder desarrollar esta actividad por la propia comunidad. Para ello y tras esta introducción, en el apartado segundo de esta comunicación se realiza una somera revisión de la literatura centrada en el turismo comunitario; en el apartado tercero, se hace una descripción del área geográfica objeto de estudio; en el apartado cuarto se presenta la metodología de la investigación; y en el apartado quinto los principales resultados y la discusión de los mismos.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El concepto de turismo comunitario (en inglés, *community-based tourism* –CBT-) aparece por primera vez en la obra de Murphy (1985) donde se aborda las relaciones entre el sector turístico y su planificación a través de la propia comunidad local en Países en Vías de Desarrollo, cuestiones posteriormente desarrolladas por el mismo autor en 2004 (Murphy y Murphy, 2004). Junto con estos dos estudios, son varias las

investigaciones que analizan la relación entre turismo y comunidades locales (Richards y Hall, 2000). La literatura científica documenta proyectos basados en el CBT en Asia (Nyaupane *et al.*, 2006; Harrison y Schipani, 2007; Okazaki, 2008; Harris, 2009), Oceanía (Dyer *et al.*, 2003), África (Lepp, 2007; Novelli y Gebhardt, 2007; Manyara y Jones, 2007; Kibicho, 2008) o Latinoamérica (Zorn y Farthing, 2007; Trejos y Chiang, 2009).

El CBT se define porque es la propia comunidad local la que tiene el control de la planificación y gestión turística y obtiene una proporción significativa de los beneficios generados con dicha actividad turística (Trejos y Chiang, 2009). Así, este tipo de turismo ha emergido como una posible solución a los efectos negativos del turismo de masas en los Países en Vías de Desarrollo (desarrollado por empresas procedentes de países fundamentalmente europeos y americanos), permitiendo, al mismo tiempo, convertirse en una estrategia para la organización social de la propia comunidad. El CBT tiene como eje principal el integrar, a través de la propia comunidad, servicios de alojamiento y de restauración, oferta complementaria y planificación turística, pero añadiendo como características fundamentales como sería el hecho de ser un subsistema interconectado con otros subsistemas (como la salud, la educación, el medio ambiente o las infraestructuras), el presentar un proyecto de desarrollo sostenible gestionado por la propia comunidad y el de servir de interrelación entre la propia comunidad local y los viajeros que llega a este lugar (Cioce *et al.*, 2007).

En este sentido, el CBT pretende dar respuesta a cómo se desarrolla la actividad turística en los País en Vías de Desarrollo. Así, y siguiendo a Ashely (2000), el desarrollo del turismo en los Países en Vías de Desarrollo se ha vertebrado en base a cuatro perspectivas claramente identificables y diferenciadas:

- Los economistas consideran al turismo como un buen camino para mejorar las variables macroeconómicas, y en particular la entrada de divisas procedentes del extranjero.
- Para el sector privado, el turismo es una actividad comercial, que implica el desarrollo de determinados tipos de productos (tanto turísticos

como no turísticos), el incremento de la competitividad y la posibilidad de conseguir retornos en cuanto a los capitales.

- Para los conservacionistas, el turismo es un camino para facilitar un desarrollo sostenible de la zona geográfica, consiguiendo incentivos (muchas veces de carácter económico) para lograr este objetivo.
- Para las poblaciones rurales, y para las ONGs que trabajan en estos lugares, el turismo debería de ser un componente más para el desarrollo rural de la zona geográfica.

En la actualidad, y aunque la perspectiva dominante debería ser la cuarta, sin embargo en muchos Países en Vías de Desarrollo predominan las tres primeras alternativas. En este sentido, el CBT pretende dar respuesta a la articulación del desarrollo turístico a través de la cuarta perspectiva presentada por Ashely (2000), es decir, aquella basada en una participación activa de la propia comunidad y, para ello, es fundamental la necesidad de crear eventos comunitarios que permitan un fomento de esta clase de turismo y, al mismo tiempo, sirvan para vertebrar la relación entre la comunidad local y los visitantes. En cuanto a las principales limitaciones con las que se encuentra la comunidad local para desarrollar proyectos turísticos, y siguiendo a Nyaupane *et al.* (2006), nos encontramos con los siguientes: la comunidad local generalmente no dispone de los recursos financieros necesarios para vertebrar este tipo de iniciativas; la comunidad local puede tener limitaciones de carácter cultural; y pueden existir conflictos entre las competencias correspondientes a las diferentes administraciones públicas. Asimismo, también se señalan como factores clave en el desarrollo del CBT, entre otros, la inclusión como accionistas de los propios habitantes de la comunidad local, el reconocimiento de beneficios individuales y colectivos, la formulación de los objetivos de la actividad turística y la percepción por parte de la comunidad local de que son responsables de las decisiones que se implementarán (Kibicho, 2008). Por otra parte, entre los principales beneficios del turismo comunitario encontraríamos el impacto económico directo en las familias de la comunidad, el mayor desarrollo socioeconómico y ambiental de la zona geográfica y la diversificación sostenible del modo de vida (Manyara y Jones, 2007). En este sentido, el CBT es positivo para evitar conflictos entre los diferentes actores de la actividad turística, para la implementación de la coordinación de políticas y para la obtención de sinergias al

intercambiar conocimiento, reflexiones y capacidades entre todos los miembros de la comunidad (Kibicho, 2008).

El CBT ofrece un amplio rango de atracciones basado en la idea de que el sector primario y el turismo (como parte del sector terciario) son actividades complementarias, pudiendo el turismo reducir la emigración a través de la creación de puestos de trabajo y que esta actividad turística podría revitalizar la propia cultura local, para lo cual es imprescindible, en estos momentos, contar con un elemento clave como serían las Tecnologías de la Información y la Comunicación ya que disminuye los costes de transacción de la actividad comercial y, al mismo tiempo, articula la información que reciben los propios turistas procedentes de las propias iniciativas locales (Harris, 2009).

3. DESCRIPCIÓN DEL AREA GEOGRÁFICA

El archipiélago de Cabo Verde está formado por diez islas (nueve habitadas y una desierta) y ocho islotes que, en conjunto, comprenden una superficie de 4.033 km². Cabo Verde es actualmente uno de los pocos países africanos donde el progreso socioeconómico y la estabilidad democrática son una realidad. Así, la ausencia de graves problemas de tipo bien natural (como huracanes o epidemias) bien social (como conflictos de carácter étnico o religioso) sitúa a Cabo Verde como un destino turístico seguro. Por otro lado, en los últimos años se ha producido un importante crecimiento económico debido, en parte, al aumento significativo de la actividad turística y, por consiguiente, del sector de la construcción. Todos estos factores hacen de este destino una interesante oportunidad para los inversores en diferentes campos económicos.

Figura 1. Mapa de Cabo Verde



Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/31/Cv-map.png>

El turismo en Cabo Verde se está vertebrando a través de dos caminos completamente diferente: primero, a través de la creación de grandes *resorts*, financiados con capitales extranjeros y desarrollados principalmente en dos islas (Sal y Boavista); segundo, a través de la creación de pequeñas empresas gestionadas por la propia comunidad (hoteles, restaurantes y oferta complementaria) y localizadas en diferentes islas, principalmente: Fogo, San Vicente y Santo Antao; lo que nos hace reflexionar sobre la necesidad de la isla de Santiago, en la cual se encuentran las principales sedes administrativas del país al ser la capital y por contar con innumerables recursos por explotar.

La economía de la isla de Santiago se basa fundamentalmente en la agricultura y en la pesca. Junto con ello, buena parte de sus ciudadanos reciben remesas enviadas por los emigrantes establecidos en Estados Unidos y otros países. Centrándonos en la actividad turística, el turismo en Santiago es un sector de importancia creciente, destacando dentro de la singularidad del turismo en la isla, el turismo de negocios, al estar situada en dicha isla la capital administrativa del país. La isla de Santiago recibe cada año al 13,6% de los turistas que aterrizan en Cabo Verde cada año. La razón de este pequeño porcentaje a pesar de ser la capital es la existencia de grandes multinacionales turísticas que operan en el país explotando las islas con mayor potencial turística, dados sus recursos de sol y playa. Son estas islas fundamentalmente Sal y

Boavista y en menor medida Maio. En términos de pernoctaciones, Santiago acoge alrededor del 5% de las pernoctaciones que hacen los turistas en todo el país (INE, 2010). Junto con el turismo de negocios, hay que destacar otros valores como las playas de Tarrafal o el parque Natural de Sierra Malagueta, los cuales poco a poco adquieren cada vez un mayor conocimiento por parte de los turistas y ofrece grandes posibilidades de desarrollo. No podemos dejar de hacer mención tampoco a las excelencias gastronómicas que ofrece su cocina, así como a su artesanía, donde destaca el trabajo del cuero.

4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación se basa en un trabajo de campo a través de encuestas realizadas a los turistas extranjeros durante su visita a la isla de Santiago. El diseño de la encuesta se realizó con el objetivo de delimitar, analizar y evaluar la situación del turismo comunitario en la dicha isla. La encuesta se realizó a los turistas extranjeros en diferentes puntos seleccionados de la isla, a través de un muestreo aleatorio simple. Previamente se efectuó un pre-test de 15 encuestas para detectar posibles desviaciones y errores. El número total de encuestas válidas fue de 350 encuestas obtenidas. El trabajo de campo se desarrolló en el período comprendido entre marzo de 2010 y febrero de 2011.

El instrumento de medida aplicado a las encuestas de demanda se basó en un cuestionario de 18 ítems acerca de la motivación de su viaje a la isla de Santiago, los datos sociodemográficos de la persona encuestada, la utilización de servicios ofrecidos por empresas de turismo comunitario, y la opinión y valoración sobre determinados aspectos de la isla. Este cuestionario se presentó en cuatro idiomas diferentes (portugués, inglés, francés y español).

La tabulación y el análisis de la información obtenida se han realizado a través del diseño de una base de datos apropiada. Se han aplicado técnicas de análisis univariante y bivariante para la obtención de los correspondientes resultados.

5. RESULTADOS Y DISCUSSION

Los principales datos de las características sociodemográficas de los turistas encuestados se recogen en la tabla 1.

Tabla 1. Características sociodemográficas.

| Variables | | Porcentaje | Variables | | Porcentaje |
|-----------|------------------|------------|----------------|----------------|------------|
| Sexo | Varón | 52,3% | Formación | Primaria | 1,5% |
| | Mujer | 47,7% | | Secundaria | 20,4% |
| | | | | Grado medio | 14,8% |
| | | | | Universitario | 63,0% |
| Edad | Menos de 30 años | 21,5% | País de origen | Alemania | 10,8% |
| | 30-39 años | 27,3% | | Portugal | 19,5% |
| | 40-49 años | 22,4% | | EE. UU. Unidos | 3,5% |
| | 50-59 años | 16,3% | | Brasil | 5,2% |
| | 60 años o más | 12,5% | | Francia | 13,7% |
| | | | | España | 9,9% |
| | | Italia | | 4,1% | |
| | | | | Cabo Verde | 10,5% |

De acuerdo con la tabla 1, nos encontramos con que el perfil de turista que visita la isla de Santiago es mayoritariamente un hombre con titulación universitaria, siendo su tramo de edad entre 30 y 49 años. Asimismo, el principal país de procedencia es Portugal, seguido de Francia y Alemania. Es decir, el mayor porcentaje de visitantes proceden de la Unión Europea, y ello responde a las excelentes relaciones que tiene Cabo Verde con los diferentes países europeos. En cuanto al sexo, prácticamente la distribución es equivalente entre hombre y mujer.

Con respecto a las motivaciones que mueven a los turistas a desplazarse a la isla de Santiago los relacionamos en la tabla 2.

Tabla 2. Motivo del viaje.

| | |
|--------------------------|---------|
| Turismo | 57,80% |
| Negocios | 22,70% |
| Visita amigos/familiares | 11,20% |
| Otros | 8,30% |
| | 100,00% |

Así pues, el motivo de su desplazamiento de los turistas encuestados a la isla, se basa fundamentalmente en sus deseos de ocio (57,80%), seguido de lejos por razones de negocios (22,70%) y por último por visitar a familiares y amigos (11,20%). Este último motivo está muy relacionado con la importante diáspora caboverdiana que existe en Europa. Como elemento de reflexión debemos de reseñar que podría existir un importante nicho importante de estudio y promoción el turismo de negocios en la isla de Santiago al estar en ella todas las sedes administrativas del estado caboverdiano, de imprescindible relación para el emprendimiento de cualquier negocio en base a las necesidades de autorizaciones, licencias y permisos burocráticos precisos.

No podemos dejar de hacer mención a la permanencia de los turistas en la isla de Santiago. Pasamos a relacionar los resultados obtenidos para este ítem en la tabla 3.

Tabla 3. Permanencia en la isla

| | |
|-------------------|--------|
| Sin pernoctar | 7,20% |
| Una noche | 7,80% |
| Entre 3 y 7 días | 40,50% |
| Más de una semana | 44,50% |

La estancia media en la isla es muy importante. Así, el 44,5% permanece en la isla más de una semana, mientras que el 40,5% va a permanecer entre tres y siete días. En esta circunstancia influye notoriamente el sistema de transportes con el resto de países que no es muy fluido, de manera que cuando alguien se desplaza a la isla lo hace con objeto de pasar largas temporadas. Asimismo destacar que en el 62,70% de los casos se trata de la primera vez que se visita la isla por parte del encuestado.

Destacamos en la investigación algunos aspectos que se han puesto de manifiesto en el proceso de aplicación de la encuesta, en la que los turistas han destacado que puntos son los más fuertes y por tanto conviene ser conscientes de ellos y ponerlos en valor para poder explotarlos de manera adecuada, así como aquellos aspectos que son mejorables en los que debemos animar a que se implanten políticas de mejora por los agentes implicados y organismos de ayuda al desarrollo. Uno de los aspectos analizados en esta investigación consistía en la valoración de una serie de elementos claves para el desarrollo de la actividad turística. Así, se presentaron en una escala de Likert de 5 puntos (1-muy baja calidad, 5-muy alta calidad) diferentes aspectos relacionados con el turismo en la isla de Santiago. La valoración media se presenta en la tabla 4.

Tabla 4. Valoración elementos relacionados con la calidad del turismo

| | |
|----------------------------|------|
| Hospitalidad | 4,05 |
| Alimentación | 3,73 |
| Sol y playa | 3,71 |
| Alojamiento | 3,55 |
| Restauración | 3,48 |
| Seguridad ciudadana | 3,37 |
| Telecomunicaciones | 3,32 |
| Senderismo | 3,32 |
| Comunicaciones | 3,18 |
| Flora y fauna | 3,04 |
| Limpieza | 3,01 |
| Actividades culturales | 2,98 |
| Precio del viaje | 2,96 |
| Conservación | 2,91 |
| Ecología | 2,86 |
| Zonas comerciales | 2,82 |
| Información y señalización | 2,79 |

De acuerdo con la tabla 4, los turistas encuestados consideran la hospitalidad, la alimentación y la oferta de sol y playa, por este orden, como los elementos mejor valorados. En sentido contrario, se refleja la necesidad de una mejor información y señalización en la isla, y el desarrollo de más zonas comerciales y protección de la

ecología como elementos mejorables de cara a un desarrollo turístico. Pensamos que estas respuestas podrían servir a las distintas administraciones públicas de la isla y a las empresas privadas para reforzar los aspectos calificables como mejorables, teniendo en cuenta, no obstante, que la satisfacción media de los visitantes encuestados de la isla de Santiago ha sido muy alta (3,83, medida en una escala de Likert de 5 puntos), cifra que refleja el elevado nivel de satisfacción que tienen los turistas que visitan esta área geográfica, y donde la mayoría de los turistas están satisfechos o muy satisfechos (64,2%) con su visita.

6. CONCLUSIONES

El turismo comunitario se está desarrollando en diferentes zonas geográficas del mundo como consecuencia de la búsqueda que realizan los viajeros por descubrir nuevos destinos, lo cual está posibilitando la creación de determinados productos y reforzar políticas de planificación que permiten a las propias comunidades locales generar riqueza basándose en esta actividad, considerando la misma siempre como complementaria (y nunca como única alternativa económica), a la tradicional.

En este artículo hemos presentado un estudio sobre una determinada zona geográfica, la isla de Santiago en Cabo Verde, donde la actividad turística se está erigiendo en uno de los motores clave en el desarrollo económico tanto de la isla como del país. Y, así, se están generando diversas iniciativas de turismo comunitario que persigue que la riqueza que se genere con esta actividad repercuta de forma directa (e indirecta) en los propios habitantes de la isla. Los principales resultados del estudio realizado muestran cómo esta isla es visitada por un tipo de perfil de turista caracterizado por una formación académica universitaria, procedente de diferentes países (fundamentalmente, países de la Unión Europea) y cuyo permanencia gira en torno a una semana. Asimismo, la mayoría de los turistas visitan la isla por motivos de ocio.

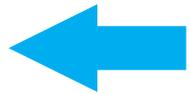
También, y a través del trabajo de campo, se destaca la positiva impresión que tienen los turistas respecto a determinadas cuestiones relacionadas con el turismo, con

lo cual se advierte una gran potencialidad para este sector económico a corto y medio plazo.

Finalmente, consideramos que las diferentes administraciones públicas, ONG y universidades (tanto nacionales como extranjeras) deberían de realizar una apuesta decidida por convertir a la isla de Santiago en un ejemplo de cómo el turismo gestionado y planificado por la comunidad local podría conseguir un elevado grado de satisfacción en los viajeros.

BIBLIOGRAFÍA

- Al-Oun, S., & Al-Homound, M. (2008). The potencial for developing community-based tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 3 (1), 36-54.
- Ashley, C. (2000). *The impacts of tourism on rural livelihoods: Namibia´s Experience*. London: Chameleon Press.
- Cioce, C. A.; Bona, M., & Ribeiro, F. (2007). Community tourism: montanha beija-flor dourado pilot project (microbasin of the sagrado river, Morretes, Paraná). *Turismo-Visao e Acao*, 9 (2), 249-266.
- Dyer, P.; Aberdeen, L., & Schuler, S. (2003). Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study. *Tourism Management*, 24 (1), 83-95.
- Harris, R. W. (2009). Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: A case study of pro-poor community-based tourism integrated into community development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14 (2), 125-135.
- Harrison, D., & Schipani, S. (2007). Lao tourism and proverty alleviation: Community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*, 10 (2/3), 194-230.
- Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (2), 211-231.
- Lepp, A. (2007). Residents´ attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28 (3), 876-885.
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (6), 628-644.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. London: Methuen.
- Murphy, P. E. & Murphy, A. E. (2004). *Strategic management for tourism communities: Bridging the gaps*. Clevedon: Aspects of Tourism series Channel View Publications.
- National Statistics Institute of Cape Verde (2010). *Income and expenditure for tourism*. Praia: Publications Service.
- Novelli, M., & Gebhardt, K. (2007). Community-based tourism in Namibia: Reality show or window dressing?. *Current Issues in Tourism*, 10 (5), 443-479.



- Nyaupane, G. P.; Morais, D. B. & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27 (6), 1373-1385.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511-529.
- Richards, G. & Hall, D. (2000) *Tourism and sustainable community development*. London: Routledge.
- Simpson, M. C. (2008). Community Benefit tourism initiatives- A conceptual oxymoron?. *Tourism Management*, 29 (1), 1-18.
- Trejos, B., & Chiang, L.-H. H. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 30, 373-387.
- World Tourism Organization (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. Madrid, World Tourism Organization.
- Zorn, E. & Farthing, L. C. (2007). Communitarian tourism. Hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34 (3), 673-689.

AGRADECIMIENTOS

Los resultados que se muestran en esta comunicación proceden de los Proyectos de Investigación (A/023083/09) y (A/032748/10) financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Los autores quisieran expresar su agradecimiento a la AECID y a los habitantes de la isla de Santiago por su ayuda en la realización de esta investigación y, sobre todo, por su hospitalidad.