



Actions de Dynamisation des Entreprises appartenant aux Secteur de  
Commerce, Loisirs et Tourisme pour le litoral de **Souss | Massa | Drâa**

---

**Título del Documento:**

**CONCLUSIONES TAROUDANT**

**Subtítulo:**

Conclusiones

**Fecha:**

17 de febrero 2011

## CONCLUSIONES PRINCIPALES

El conjunto de informes realizados al objeto de diagnosticar la actividad comercial y su vinculación con las actividades de ocio y turismo en la localidad de Taroudant, nos permiten elaborar las siguientes conclusiones obtenidas de la fusión de las diferentes metodologías empleadas tanto cuantitativa como cualitativamente.

La expresión de conclusiones se apunta de forma sintética y se remite al lector a la síntesis de resultados o al informe mismo cuando quiera una mayor profundidad en el aspecto tratado. Igualmente, la exposición de estas conclusiones dará lugar a las próximas recomendaciones cuando los presentes informes sean cotejados por los diversos agentes implicados en las mismas, a saber: la Comuna de Taroudant, la Cámara de Comercio de Industria y Servicios de Agadir y las autoridades de la Región de Souss Massa Drâa y el Ministerio de Industria, Comercio y Nuevas tecnologías del Reino de Marruecos.

### Oferta comercial:

- El perfil de un establecimiento comercial tipo en Taroudant se corresponde con las siguientes características:
  - Antigüedad 11 años en régimen de alquiler, con una superficie de ventas inferior a treinta metros, que posee una plantilla media entre dos y tres personas y que permanece abierto entre semana en horario de jornada completa partida en mañana y tarde, abriendo todos los festivos autorizados.
- Siguiendo la caracterización de la oferta comercial, el promedio de establecimientos puede identificarse con el siguiente perfil:
  - Bajo grado de incorporación actual y previsible de personal. Reducido aprovechamiento e interés por las actividades formativas centradas básicamente en ventas, inversiones desiguales en función de la tipología del comercio y centradas básicamente en la reforma del local y la rehabilitación de la fachada, dichas inversiones se asumen mediante recursos propios sin necesidad de financiación ajena, presentando un grado de conocimiento muy bajo del Plan de ayudas Públicas RAWAJ.
- La sensibilidad hacia la realización de campañas, y acciones publicitarias y de fidelización hacia los clientes es muy bajo. Igualmente parece no ser percibida la necesidad de la incorporación de elementos innovadores relacionados con las nuevas tecnologías, lo que se traduce en bajos índices de conexión web, posibilidad de pago por tarjeta minoritaria y uso de las redes sociales y de internet muy escaso.
- Parece existir tanto por parte de los comerciantes como por los expertos unanimidad de demandar mejoras de carácter urbanístico a las autoridades que repercutan positivamente en la actividad comercial.

En un sentido de autocrítica, los propios comerciantes detectan deficiencias en sus establecimientos relacionadas con la rehabilitación de las fachadas y las reformas del interior de los locales para mejorar el área expositiva. Por otra parte, las demandas hacia actuaciones urbanísticas se centran en las mejoras de iluminación, la mayor presencia de señalización del

área urbana, incremento de zonas ajardinadas y de ocio infantil y el incremento de las plazas de aparcamiento para la mejora de la movilidad.

Todas estas demandas, tanto propias como ajenas, están a juicio de los expertos directamente vinculadas a la percepción de agrado tanto por residentes como por visitantes locales y extranjeros y por tanto en relación directa con su predisposición a la compra y la apetencia por prolongar su estancia.

- Los propios comerciantes son bastante críticos con la oferta de ocio existente en Taroudant como actividad complementaria a la comercial. Tan solo actividades como el paseo familiar o la oferta de bares y cafeterías resultan suficientemente óptimos, siendo muy críticos con la existencia de una oferta adecuada de restauración, locales de ocio juvenil o presencia de zonas de esparcimiento.

En sí misma, la necesidad de plazas de aparcamiento y la racionalización de la movilidad de vehículos intramuros provoca unanimidad para comerciantes, residentes y expertos.

- El diagnóstico por parte de expertos e informantes clave entrevistados se completa con:
  - una falta de orientación más turística de los zocos y mercadillos
  - déficit reconocido del número de camas ofertadas en los establecimientos hosteleros y calidad de los mismos

Dichos aspectos necesitados de mejora contribuyen a que los tour-operadores, perciban más a Taroudant como una ciudad de tránsito que de destino, pese al indudable atractivo turístico que posee tanto a nivel comercial como el que proviene de su patrimonio artístico y cultural. En este sentido parecen acertadas y bien dirigidas las actuaciones planteadas en materia de rehabilitación de las murallas, plazas y espacios públicos puestas en marcha, la previsible creación de un espacio-museo para la memoria histórica y las mejoras en las infraestructuras de comunicación con la ciudad de Agadir.

- Parece existir una buena predisposición para acometer actuaciones conjuntas entre empresarios del comercio que puedan mejorar la imagen de la ciudad y con ello el nivel de compras. Actuaciones como la creación de marcas identificativa conjuntas para el comercio. Podemos destacar en este apartado el bajo nivel asociativo detectado en la muestra si bien, entre aquellos comercios asociados se percibe una satisfacción entre el pago de la cuota y las informaciones y servicios que se les presta, de hecho la causa mayoritariamente aducida para no pertenecer a una determinada asociación es el desconocimiento o desinformación sobre la misma.

### Demanda visitantes:

A la hora de caracterizar la demanda tipo en Taroudant, podemos identificar que:

- El medio de desplazamiento para acudir a Taroudant es principalmente el transporte público sea taxi o autobús. La frecuencia de visita aproximada es una vez a la semana, mayor en el caso de hombres jóvenes y los días de concentración de la afluencia se da lugar en el fin de semana. La estancia media tiene una duración de apenas cinco horas, es decir, media jornada y en cuatro de cada diez ocasiones la visita a Taroudant forma parte de un paquete turístico. El gasto medio efectuado por visitante puede cifrarse en torno a los quinientos dirhams centrándose en bienes de alimentación y artículos de confección y artesanía.

- Como se ha indicado anteriormente, el principal motivo de las visitas a Taroudant es la realización de compras, destacando positivamente las vinculadas con los objetos de artesanía; en segundo lugar respecto a las motivaciones de la visita aparece la denominada visita cultural como de factor de interés para el visitante local y extranjero.
- En contraste con la crítica interna, los aspectos comerciales y urbanísticos de Taroudant están razonablemente valorados por los visitantes de forma satisfactoria, siendo el factor aparcamiento el más criticado entre el colectivo de visitantes.

### Demanda residentes

#### Bienes de Alimentación y Droguería.

Se puede observar como la frecuencia con la que los residentes de Taroudant realizan las compras de este tipo de productos sigue siendo mixta por una lado sigue existiendo la compra fraccionada junto con la compra “fuerte” incluso con un ligero aumento de esta última por encima de la fraccionada. El cambio hacia un agrupamiento de la compra se esta produciendo de modo generalizado y aunque en estos momentos puede decirse que conviven la tendencia a la compra fraccionada cada vez es menor.

- Como se ha podido observar en el análisis de otras poblaciones son los residentes con menor edad aquellos que están produciendo los cambios en las fórmulas de la actividad comercial ya que ellos son más partidarios de realizar un agrupamiento de las compras de este tipo de productos que los residentes de mayor edad.

En alimentación fresca o perecedera las preferencias de los residentes de Taroudant giran en torno a la tienda tradicional o ultramarinos. En alimentación no perecedera y bebidas, así como en alimentación y droguería, existe mayor dispersión entre la tienda tradicional o ultramarinos, el mercado municipal y el zoco. La edad del residente y el tamaño del núcleo familiar no parecen influir en las preferencias de compra de este tipo de productos.

Para los productos no perecederos que tiene que ver con droguerías y perfumerías la tienda tradicional o ultramarinos, el mercado municipal y el zoco, son los formatos preferidos por el consumidor. Por edades se ha podido comprobar como el zoco y el comercio tradicional son los formatos predilectos de los jóvenes mientras que el mercado municipal, la tienda especializada y de nuevo el comercio tradicional son los formatos favoritos de los segmentos de mayor edad.

De manera general en la compra de este tipo de productos los residentes de Taroudant prefieren realizar este tipo de compras en Jnan Jamaa en su mayoría aunque si bien existen desplazamientos hacia la zona Souk el Had. Lógicamente como la mayoría de la compra de estos productos se produce en la misma zona, los residentes prefieren ir en bicicleta para poder efectuarlas. Si se desplazan fuera de la muralla los servicios de transporte públicos o privados, cobran cierta relevancia. El gasto medio anual efectuado en este tipo de productos asciende a los 10.871 dirhams, la cual no la entendemos como representativa de la realidad existente en Taroudant.

#### Equipamiento personal

En cuanto al equipamiento personal (confección, calzado y complementos) la frecuencia en la compra de estos productos es muy baja se puede decir que la frecuencia de compra de este tipo de productos es

trimestral en cuanto a la confección en el caso de calzado y complementos las compras son más espaciadas.

El lugar en que los residentes realizan las compras de este tipo de productos cambia en los núcleos familiares más pequeños donde el zoco y la tienda especializada son los formatos más seleccionados mientras que en los núcleos familiares más grandes es el zoco el protagonista. Sin embargo de manera general es el zoco donde se producen la mayoría de compras de estos productos.

El medio de transporte más utilizado para la compra de este tipo de productos se efectúa a pie o en bicicleta pero cuando el desplazamiento es fuera de las murallas se usan los transportes públicos y privados, es necesario indicar que el principal foco de atracción se sitúa en Jnan Jarnaa y que el gasto medio en este tipo de productos se sitúa en torno a los 4.700 dirhams, cifra que no consideramos cercana a la realidad. Aquí también se confirma el cambio de tendencia en las generaciones más jóvenes ya que están tiendan a realizar una mayor nivel de gasto en este tipo de productos.

### Equipamiento del Hogar

En los productos de equipamiento del hogar, ciertamente hay dos claros formatos comerciales que están por encima de los demás y son el zoco y la tienda especializada en la calle. La compra de muebles suele comportar adquisiciones de elevado coste unitario, así como de tratarse de bienes de larga durabilidad, razón por la cual la frecuencia de compra se reduce a una vez al año, y en menor medida cada seis meses, con los cambios de temporada. También se aprecia que a medida que aumenta la edad del residente la frecuencia de compra se alarga más en el tiempo.

Los lugares de compra para este tipo de productos son Jnan Jarnaa como polo de atracción muy importante y Souk Elkbir o fuera de Taroudant como otros destinos pero en menor medida. También se detecta un mayor desplazamiento por parte de las personas con mayor edad fuera de Taroudant que las personas más jóvenes. El gasto en este tipo de productos se sitúa sobre los 6.000 dirhams lo que a todas luces nos parece un dato muy por debajo de lo que debe ser la realidad, por lo que no lo consideramos representativo de la población de Taroudant.

### Otros productos ocasionales

En cuanto al tipo de establecimiento que se suele preferir para realizar este tipo de compra se detecta que el zoco se configura como el principal establecimiento de compra, seguido con un menor porcentaje de respuesta por la tienda especializada de calle.

El lugar donde se realizan la mayoría de las compras sigue siendo como en productos anteriores Jnan Jarnaa. Sin embargo se ha detectado que por edades existe una evasión del gasto en este tipo de productos que está relacionada con la edad del residente, al parecer a mayor edad nos encontramos con un aumento de la evasión del gasto alcanzo su máximo en aquellos residentes de la tercera edad.

### Valoración de aspectos comerciales y urbanísticos

- El uso de la tarjeta como medio de pago se está extendiendo cada vez más entre los consumidores, bien sea por temas de seguridad ante posibles robos o por comodidad al no tener que llevar grandes cantidades de dinero en metálico en el bolsillo. En el caso de Taroudant el porcentaje de utilización de este tipo de medio pago es superior que el utilizado en poblaciones como Talborjt. Por ello, un

comercio moderno y adaptado a los nuevos tiempos no debe dar la espalda a las nuevas tendencias que marcan el comportamiento del consumidor e introducir esta posibilidad de pago en sus establecimientos. Mantenerse en una posición inmovilista al respecto supone el desaprovechamiento de una importante clientela potencial a la que acceder.

- En este sentido, en el caso de la población residente de Taroudant, más de la mitad de los entrevistados ha manifestado un uso, aunque sea esporádico, de la tarjeta al realizar sus compras. No obstante, a pesar de estos resultados globales hemos de tener en cuenta los datos obtenidos por grupos de edad, y éstos indican que la población joven (el consumidor del presente y futuro inmediato) es proclive al uso de la tarjeta.
- Al parecer el residente en Taroudant cuando va a realizar sus compras no ejerce simultáneamente otras actividades en paralelo sin embargo los residentes sí plantean quejas debido a los escasos espacios para realizar otro tipo de actividades que puedan acompañar a la compra. Por tanto el razonamiento puede estar en que el hecho de no realizar actividades complementarias a la compra pueda deberse a la escasa oferta existente en Taroudant.
- En cuanto a la actividad comercial el residente de Taroudant echa en falta la figura del supermercado dentro de la ciudad y percibe como amenazante el nivel de precios existente. El equipamiento comercial en general es una variable que debe mejorarse ya que se percibe como limitado y cuando se realiza un análisis acerca de la oferta hotelera y de restauración se percibe como claramente insuficiente y esto hace que la ciudad sea un punto de paso ya que tiene muy limitado el número de pernoctaciones que se pueden hacer.
- Además se critica el problema del tráfico rodado ya que el residente percibe escasez en infraestructuras dedicadas al aparcamiento de vehículos.