

Turismo en África: ¿oportunidad para el continente?

[Navin Khemlani](#)



El sector turístico en el continente africano supone un abanico de oportunidades para los diferentes países, que afrontando los retos y buscando soluciones podrían encontrar un modelo económico y social inclusivo y sostenible.

El turismo puede actuar como el transformador que puede contribuir, sustancialmente, a la diversificación de las economías del continente africano, al igual que al desarrollo social de la población que podría acceder a la formación y el empleo que, previsiblemente, demandará el sector turístico en África. Esta es la conclusión extraída por una extensa representación del sector turístico en África, así como, varios institutos de estadísticas, que se han congregaron recientemente en un encuentro auspiciado por la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas (OMT) en Abuja (Nigeria).

Para conocer el potencial del sector es preciso estar al tanto de la situación actual de llegadas de turistas internacionales, la contribución del sector al PIB, el impacto en el empleo y la inversión turística hacia el continente africano.

Según la OMT, el continente africano en su totalidad recibió 63 millones de llegadas internacionales, superando a Oriente Medio por segundo año consecutivo, con un incremento del 8% con respecto al año 2016, siendo junto con Europa las dos regiones con mayor tasa de crecimiento. Si África ha superado a Oriente Medio se explica a que el continente africano ha ido creciendo de forma continuada mientras que Oriente Medio ha sufrido más vaivenes debido a la situación de inestabilidad de la zona en estos últimos años. El país africano del área subsahariana, que más turistas recibe es Suráfrica con 10,29 millones de turistas (datos

provisionales), aunque tan solo propicia el 10% de las exportaciones del país. Le sigue en segundo lugar Zimbabwe con 2,4 millones de turistas que supone un incremento del 12% con respecto al año anterior y en tercer lugar Mozambique con 1,6 millones de turistas.

Buena parte de estos datos positivos se explican por la recuperación de destinos turísticos del Norte de África cuyas cifras de turistas internacionales se incrementaron un 13% de media en el año 2017 con respecto al año anterior y que en estos últimos años ha visto cómo los turistas optaban por otros destinos debido a la inestabilidad de la región. Estos turistas han viajado a otros países del propio continente africano como Zimbabwe y Mozambique como se mencionó anteriormente y sobre todo fuera del continente a destinos como Canarias y otros lugares europeos que compiten por el mismo segmento de turistas que desean un turismo de sol y playa y tienen un poder adquisitivo medio. El crecimiento en África subsahariana fue del 5% en el 2017. En esta zona del Norte destacan sobremanera Marruecos, que fue el primer destino con 11 millones de turistas, lo que supuso un incremento del 10% con respecto al año anterior, seguida de Túnez, con 7,05 millones de turistas y un crecimiento del 23%, y Argelia, con 2,4 millones de turistas y una subida del 19%.



La contribución del sector turístico al PIB en África fue del 8,5% de forma directa e indirecta, alcanzando los 166.000 millones entre el periodo 2011-2014 frente a los 69.000 millones de

dólares que representaba en el periodo 1995-1998, según datos de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Aunque hay que destacar que proporcionalmente hay países pequeños como las islas Seychelles en donde la contribución del turismo es del 60% al PIB del país, que se ha posicionado como destino turístico de lujo y no de masas, hecho que contribuye a preservar su patrimonio natural. Cabo Verde es otro claro ejemplo, ya que el turismo contribuye alrededor del 43% a su PIB y el 80% de las exportaciones.

En cuanto al empleo, en el periodo 2011-2014 (últimos datos disponibles) el turismo contribuyó a 8,8 millones de empleos de forma directa y 21 millones si sumamos los empleos indirectos, cifra que se ha casi duplicado entre el periodo 1995-1998 en la que se registraron 4,5 millones de empleos en el continente africano.

En cuanto a la inversión en viajes y turismo en 2017 en el continente africano fue de 28.200 millones de dólares o el 5,7% de la inversión total, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo que además prevé que la inversión aumentará en un 2,6% en 2018 y en un 4,6% anual en los próximos diez años hasta los 45.500 millones de dólares en 2028 (6,2% del total). Buena parte de este incremento de inversión se explica principalmente por las tendencias globales del turista que cada vez busca un turismo de experiencias y distinto. Por otro lado, según el informe [Doing Business](#) elaborado por el Banco Mundial los países africanos han acometido un total de 798 reformas en 15 años para facilitar el clima de los negocios, al igual que se han reducido, de manera considerable, los días necesarios para abrir una empresa (24 días de media en 2017 frente a los 61 días de media en 2003). También se ha experimentado la reducción en días y costes de obtención de licencias y permisos de construcción. Todo esto demuestra que el turismo ha evolucionado y ha crecido de forma vertiginosa. Sin embargo, estos datos contrastan con la competitividad del sector turístico en África, tal y como indica el informe que publica el Foro Económico Mundial para medir el [índice de competitividad y turismo](#), según el cual África subsahariana es la región menos competitiva en el sector turístico si se compara con el resto de continentes. En este documento, que mide variables como las infraestructuras, el entorno, gobernabilidad, recursos naturales o culturales, la puntuación obtenida es de 3 puntos (sobre un total de 7) sin apenas cambios con respecto al informe anterior publicado en 2015. Tan sólo destaca Suráfrica como único país africano que está por encima de la puntuación media mundial; se posiciona primera en el continente africano ocupando en el año 2017 el puesto 53, retrocediendo 5 puestos con respecto al 2015, en el ranking que engloba a un total de 153 países.

No obstante, estos resultados muestran una desigualdad dentro de la propia región, los países del Sur de África son los que mejores datos consiguen (en concreto Suráfrica y Namibia), aunque la subregión Sur también empeora con respecto al ranking del año 2015 debido,

principalmente, a la falta de infraestructuras, la dificultad de obtención de visados y los recursos culturales en la mayoría de los países. Los Estados del Este de África ocupan la segunda posición en la región subsahariana siendo la zona que más incremento ha registrado en la puntuación, debido a las medidas que han implementado países como Tanzania y Ruanda para favorecer la inversión, la mejora en obtención de visados y en seguridad. La peor puntuación es la de África Occidental, tan sólo 5 variables de 14 están en 3,5 o más. Aquí destacan Cabo Verde y Costa de Marfil que han mejorado con respecto al ranking anterior, aunque variables como la gestión de recursos y las infraestructuras son todavía insuficientes. El Norte de África también tiene unos resultados por debajo de la media si la comparamos con el resto del mundo.

¿Pero existe realmente potencial turístico en el continente africano?

Desde el punto de vista del marketing turístico, lo hay porque África tiene una diversidad natural que abarca desde desiertos, fauna, naturaleza, grandes urbes o una cultura que permiten atraer a un amplio espectro de turistas.

Tal es su potencial que la OMT proyecta un horizonte con unas cifras de un crecimiento exponencial para África; están previsto 134 millones de turistas para el año 2030 lo que supondría duplicar las cifras actuales en apenas 12 años. Las tasas de crecimiento son sensiblemente mayores que en otras regiones como Europa o América que son mercados más maduros.

Sin embargo, de los datos expuestos por el Foro Económico Mundial sobre la competitividad del sector, subyace que el continente se enfrenta a importantes y diversos retos si realmente quiere llegar a las previsiones antes mencionadas, que podrían a su vez traducirse en oportunidades para diferentes sectores que complementen el desarrollo turístico de cualquier país, además de la creación de los, tan necesarios, puesto de trabajo.

África debe mejorar aspectos como el acceso a la propiedad de terrenos, ya que son innumerables las veces que genera conflicto en cuanto a saber de quién es la propiedad o la delimitación del terreno. Hay países como Cabo Verde, donde el terreno es aún más limitado por ser un territorio fragmentado en islas en el que [han implementado](#) el Sistema de Información Territorial de Cabo Verde, que fue financiado por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio del país, la Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo y el Gobierno de Canarias. En apenas un año, el proyecto consiguió

producir la base cartográfica de todo el territorio de Cabo Verde e implementó la difusión de ésta y otras informaciones temáticas a través de Internet.

Otro reto es la formación cualificada, son pocos los países en África que han priorizado el turismo como estrategia nacional. Suráfrica o [Ghana](#) si lo han hecho. Sin planes nacionales o estrategias no hay, generalmente, presupuesto asignado para impulsar planes de formación profesional en turismo que permitan dotar de cualificación necesaria para que la población local pueda acceder a empleo en este sector. Además, el inversor podría conseguir mano de obra local y no desplazar al personal de otros países con el coste que esto implica. La cadena hotelera [Azalai](#), de origen maliense y que tiene varios hoteles de cuatro y cinco estrellas en la costa occidental de África, ha creado su propio centro de formación para dotar a sus actuales y futuros empleados de los conocimientos y habilidades necesarias para el buen desempeño y estándares internacionales de los empleados hacia los huéspedes que recibe.

El acceso a la financiación es otro factor que frena la inversión y desarrollo turístico por el débil sistema financiero en África. Aunque debido a la crisis de las materias primas, cada vez más hay bancos locales que apuestan por diversificar riesgo y crean productos financieros exclusivos para el sector turístico como es el caso del [AFRIEXIM BANK](#) en Costa de Marfil, que ha financiado la construcción de hoteles y otros proyectos relacionados con el sector.



Otros modelos de financiación que están emergiendo son los proyectos de promoción público-privado en donde participa tanto el sector público por medio de concesiones administrativas de terrenos, como el sector privado, interviniendo en la gestión del bien o las infraestructuras necesarias para el desarrollo del sector, como autopistas, puertos o aeropuertos. En Suráfrica, por ejemplo, hay 45 proyectos PPP (de Participación Público-Privada) en los parques nacionales en donde se permite al inversor privado tener terrenos dentro de los parques nacionales para la apertura de negocios, lo que contribuye a la conservación del parque y el desarrollo económico de la zona.

La amenaza del terrorismo global y la inestabilidad política en forma de revueltas en el continente son factores ligados a la seguridad que afectan de forma notoria a todos los países y, particularmente, al continente africano. El 45% de los viajeros se muestra preocupado por el terrorismo cuando viaja, según datos de la OMT. De hecho, países como Argelia o Túnez perdieron millones de turistas en los años 2015 y 2016 por diversos factores ligados a la seguridad, si bien es cierto que han vuelto a la senda del crecimiento de forma muy rápida. En 2017 la llegada de turistas creció un 23% en Túnez y un 14% en Argelia.

África se encuentra inmersa en la mejora de sus servicios sanitarios e higiene con el apoyo de organismos multilaterales e incluso a través de programas bilateral para la población local y

para los propios turistas. Durante el periodo 2014-2016 el virus del ébola que afectó principalmente a Sierra Leona, Senegal y Guinea produjo un efecto dominó en otros países africanos y se sufrieron cancelaciones de turistas en algunos países limítrofes con los afectados.

La falta de conectividad de los aeropuertos africanos junto con el precio de los visados y las tasas aeroportuarias hacen que se incrementen los precios de llegada de los turistas internacionales. Son interesantes los datos del turismo interregional, según la [UNCTAD](#) en el año 2016, 4 de cada 10 turistas provenían del propio continente africano. En África subsahariana el dato baja, 2 de cada 3 turistas provienen de dicha subregión y en el Norte de África las cifras son sensiblemente peores, 1 de cada diez turistas proceden de esa zona.

Algunas aerolíneas como Ethiopian Airlines sí experimentan un cambio positivo. Esta ha conseguido erigirse como la principal aerolínea africana que ha aumentado su flota de aviones y conectividad dentro y fuera del continente africano con más de 130 destinos.

En cuanto a los visados, los países africanos en estos últimos años han ido bajando o suprimiendo directamente el visado para los turistas internacionales e incluso la Unión Africana prevé implementar el pasaporte panafricano que eliminará los visados para pasajeros interregionales. De hecho, se han agilizado también los trámites para hacer efectivos los mismos, llegando muchas veces a optar a ellos en el propio aeropuerto de destino.

También hay destacar la falta de inversión en fomentar la Marca África que promueven diversos organismos supranacionales como la Unión Africana y que luego los países no terminan de promover, aunque hay excepciones como Etiopía y Ruanda que si tienen una estrategia clara para mejorar la fabricación nacional y exportarla. En el sector turístico, el Parque Nacional del Banc d'Arguin situado en Mauritania es un lugar de cría de aves migratorias entre Europa y el Sur de África, y uno de los mejores puntos de observación del continente, pero el Gobierno mauritano no ha invertido en la promoción ni en la adecuación en infraestructuras que permitan acoger el tipo de turistas que busca estas experiencias ya que su prioridad se centra en el sector de las materias primas.

Además, existen medios para conseguir aumentar el gasto del turista en el continente, y una es a través de la marca "Made in África". Cada vez son más los turistas que buscan interactuar con las poblaciones y adquirir productos artesanos.

Existen casos de éxito del sector turístico en África que siguen modelos de gestión inclusivos y sostenibles, como es el caso de Tanzania, cuya fauna y parajes naturales son de un gran atractivo turístico, y que además de poseer recursos naturales (reservas de gas, diamantes y oro) que explota el sector extractivo, también el Gobierno ha sabido diversificar la economía y

ha desarrollado el turismo sostenible como eje principal del crecimiento socioeconómico del país. En concreto, el modelo de gestión consiste en hacer partícipe en la administración de los terrenos naturales a ciertas poblaciones rurales que viven en los diferentes parques naturales. Esta medida consigue aumentar el hábitat de vida silvestre disponible a lo largo de las fronteras de los parques y mantiene la actividad turística lejos de dichos parques protegidos, lo que contribuye directamente a su conservación. En la actualidad, hay 19 áreas bajo este modelo de gestión turística sostenible e inclusiva, que suponen el 7% de la superficie terrestre de Tanzania y ya hay otras 19 áreas proyectadas.

Por tanto, sí hay posibilidades de desarrollo del sector turístico que sea respetuoso con el medio ambiente, que a su vez pueda absorber a parte de los demandantes de empleo en África, que se estima que se incremente en 910 millones de personas hasta el año 2050, y ofrecer un retorno de inversión que no ofertan otros destinos más maduros, siempre y cuando el continente sepa afrontar con éxito los diferentes retos a los que se enfrenta el sector.



Actividad subvencionada por la Secretaría de Estado de Asuntos Exteriores

Fecha de creación

6 julio, 2018