



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Evolución y desarrollo turístico de un país africano,
Ghana.

Evolution and tourist development of an african
country, Ghana.

Autor/es

ALBA RODRIGO CHUECA

Director/es

LARA IÑIGUEZ

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE ZARAGOZA
Año 2019-2020

Resumen

Tras la realización de un análisis transversal del turismo de África, me he centrado en el país de Ghana, el cual tiene un gran futuro en el sector turístico. Para poder plantear una mejora para su desarrollo turístico, he creado un análisis territorial, junto con uno normativo. Además, he evaluado el actual plan estratégico, y junto con él, el plan de marketing, y otros aspectos relevantes.

Palabras clave:

África

Economía

Sociedad

Ghana

Turismo

Inversiones

Plan de desarrollo turístico

Abstract

After carrying out a cross-sectional analysis of tourism in Africa, I have focused on the country of Ghana, which has a great future in the tourism sector. In order to propose an improvement for your tourist development, I have created a territorial analysis, together with a normative one. In addition, I have evaluated the current strategic plan, and together with it, the marketing plan, and other relevant aspects.

Key-words:

Africa

Economy

Society

Ghana

Tourism

Investments

Tourism development plan

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. METODOLOGIA	5
3. MARCO TEORICO.....	6
3.1 HISTORIA.....	6
3.2 DEMOGRAFIA	7
3.3 ECONOMÍA	8
3.4 SU PAISAJE	10
3.5 TURISMO EN ÁFRICA	11
3.5.1 LUGARES MÁS TURÍSTICOS.....	12
1) SUDÁFRICA.....	12
2) BOTSUANA	13
3) RUANDA.....	13
4) KENIA	14
5) ETIOPIA	14
4. ANÁLISIS TURÍSTICO DE GHANA.....	15
4.1 MARCO TERRITORIAL	15
4.1.1 HISTORIA DE GHANA	15
4.1.2 GEOGRAFIA.....	15
4.1.3 DEMOGRAFIA Y SOCIEDAD.....	16
4.1.4 EVOLUCIÓN POLITICA.....	18
4.1.5 ECONOMIA	18
4.2 TURISMO Y PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE GHANA	20
4.2.1 TIPOLOGIAS DE TURISMO EN GHANA	22
1) TURISMO HISTORICO-CULTURAL	22
• MONUMENTOS Y SITIOS	22
- CASTILLOS Y FORTALEZAS	22
- EDIFICIOS TRADICIONALES DE ASANTE	23
.....	24
- SITIOS ARQUEOLÓGICOS Y OTROS SITIOS.....	24
• MUSEOS.....	25
• FESTIVALES	25
2) TURISMO DE NATURALEZA Y EL ECOTURISMO	26
3) TURISMO DE REGRESO.....	27
4) TURISMO DE NEGOCIO	28
5) TURISMO SOLIDARIO	28
4.2.2 MARCO NORMATIVO DEL TURISMO	29
1) LA POLITICA NACIONAL DE TURISMO 2006.....	29
2) LEY DE TURISMO 817 DE 2011	30
4.2.3 PLAN DE MARKETING DE GHANA.....	31
5. CONCLUSIONES	35

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, tal y como la OMT nos informa, el turismo ha experimentado un crecimiento y diversificación, de esta forma el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez, y que ha pasado a ser un motor clave para el desarrollo de muchos países.

En muchos casos, el turismo es una fuente primordial de ingresos, en general, en la mayoría de los destinos donde se desarrolla el turismo se generan impactos económicos positivos, por ello, cada vez más países quieren ofrecer destinos turísticos.

Por otro lado, existen diversos inconvenientes en algunos países que hacen que el desarrollo turístico no prolifere y no sea un gran país competidor frente a otros debido a inseguridad del destino, la inestabilidad política, el desarrollo en cuanto a infraestructuras, el terrorismo, etc.

Otro de los problemas que tienen algunos destinos, como Ghana, el país que analizo a lo largo de este trabajo es el sistema estadístico de turismo. El sistema existente de estadísticas de turismo ha sufrido debilidades significativas durante muchos años y esta situación parece haber sido provocada debido a la combinación de deficiencias institucionales y financieras que han llevado a compromisos operativos, limitaciones de capacidad y el abandono de un previo programa de mejora estadística.

Por ello, Ghana no ofrece datos oficiales de turismo desde hace unos años. En 2015, la Agencia de Estadísticas publicó un informe sobre turismo e impacto en la economía del país. En 2018 el Consejo Mundial de Viajes y Turismo publicó su informe sobre la industria del turismo en Ghana, en el que destacaba que la contribución del sector al PIB del país fue del 3% en 2017, y podría subir, según sus estimaciones al 5% en 2018., sin embargo, el informe no ofrece cifras de número de turistas.

Es igualmente claro que el sistema actual de estadísticas de turismo carece de la autoridad para representar de manera transparente los indicadores clave de desempeño del sector turístico como llegadas de visitantes internacionales, características y gastos de visitantes, y a menos que se ponga a disposición el compromiso político y los recursos financieros para abordar esta insuficiencia (Goverment of the Republic of Ghana, 2012).

El objetivo general del trabajo ha sido la realización de un análisis de visión global del turismo de África, mostrando los aspectos que podrían mejorar o fortalecer para un buen desarrollo turístico, teniendo en cuenta los lugares de más éxito.

Por otro lado, como **objetivos específicos**: conocer la evolución y desarrollo turístico de un país en concreto, Ghana; comprobar su potencial turístico y sus recursos y planes estratégicos que se adoptan para potenciar este sector; analizar su marco normativo en el que se encuentra para su potencial desarrollo; analizar su política de marketing y que aspectos generales afectaban y afectan hoy en día en su desarrollo para plantear una mejora.

2. METODOLOGIA

Este trabajo realizado sobre Ghana como potencial destino turístico de África, lo he estructura en tres bloques diferenciados y sus respectivos subapartados: Marco Teórico, Análisis Turístico de Ghana y Conclusión.

El apartado de Marco Teórico es una visión general de África, mientras que, en el apartado de Análisis Turístico de Ghana, es una visión en mayor profundidad del país de Ghana haciendo hincapié en sus recursos para atraer turismo y perspectivas a mejorar, las cuales vienen desarrolladas en el Plan de Desarrollo Turístico de Ghana, que analizo de manera más detenida a lo largo de este apartado.

Por último, en la Conclusión pongo en común todo lo analizado durante todo el trabajo, de forma que se muestre una visión positiva de Ghana como destino turístico, y los resultados de las políticas aplicadas a lo largo de los años.

Para la correcta realización del trabajo y poder alcanzar correctamente los objetivos planteados, he llevado a cabo una investigación exploratoria. Para esta investigación me he servido de fuentes tanto secundarias como primarias.

Fuentes primarias:

El instrumento utilizado ha sido la aplicación de Google Earth creando diferentes puntos en un mapa según fuesen monumentos, zonas naturales, castillos o fortalezas y museos. A su vez, están indicadas las principales regiones de Ghana donde se encuentran la mayoría de estos destinos turísticos. La mayoría de los puntos tiene una breve información de cada uno de ellos, y fotos para conocerlos de una manera un poco más visual. La URL al documento está linkado en el apartado “4.2.1 Tipologías de turismo en Ghana”.

Fuentes secundarias:

Todo el trabajo está sustentado por fuentes secundarias. La mayor parte de la información utilizada para la realización de este proyecto ha sido adquirida a través de: los planes turísticos aplicados en Ghana, de sus redes sociales promocionadas por sus páginas web de destino – de las cuales también he tomado información-, y de artículos y páginas web de economía, además de haber utilizado algún libro que habla particularmente de África. Todas estas fuentes las podemos encontrar en la bibliografía al final del documento.

A pesar de haber podido encontrar variedad de datos, y tener la posibilidad de leer los planes turísticos que se adoptan en Ghana, debo decir que existe falta de información del país y sus diversos destinos turísticos sobre todo en lo referido a estadísticas turísticas anuales. Además de ello, los gráficos que representan la demografía descrita en cada apartado son para una orientación visual. Por otro lado, muchos documentos oficiales estaban en inglés con un vocabulario complejo.

A continuación, podréis conocer un poco mejor una visión general de África, y en específico Ghana a través de los apartados nombrados en este mismo punto.

3. MARCO TEÓRICO

En este apartado se realiza una visión general del continente de África, sus características principales respecto a su historia, demográfica, geografía, economía y los lugares más relevantes del turismo en África.

3.1 HISTORIA

África cuanta con una extensa y asombrosa historia. Los egipcios estuvieron asentados en África y se dio una época de dominación por su parte, posteriormente han vivido épocas y siglos bajo la colonización de países europeos, y las independencias de estos (Hoz, 2012).

África está considerada como el origen de todo, el continente en el que se dieron lugar los primeros seres humanos, como el homo sapiens. Desde entonces varias han sido las civilizaciones que han pasado o que han estado asentadas en la región, destacar los egipcios, los primeros de todos ellos, con el imperio formado alrededor del Río Nilo, después los fenicios, los romanos, los árabes... y finalmente la época de la colonización de África.

Alrededor del 600 a.C los fenicios ya recorrieron costeando todo el continente africano, desde el Mediterráneo hasta el Índico, con una importancia del comercio en la región, con la trata de oro, de marfil, de animales salvajes que viajaban fundamentalmente a Roma al Coliseo, así como con la trata de esclavos. El nombre de África proviene de esta época, cuando los romanos la bautizan así.

En el Siglo VII son los árabes los que conquistan el continente, fundamentalmente en norte, ruta a través de la cual llegan a Europa a principios del Siglo VIII, es cuando este continente queda partido en dos, el norte islámico y el sur (Hoz, 2012).

Durante el Siglo XV hasta el XIX se van formando las fronteras de los países que conocemos hoy día, el continente africano fue ocupado y repartido entre las potencias europeas, a principios los europeos solamente poseían factorías costeras o pequeñas colonias. Pero exploradores y misioneros recorrieron África, aprovechando el curso de los grandes ríos: Níger, Nilo, Congo, Zambeze y se aventuraron por el Sahara.

A partir de 1870 las expediciones se multiplicaron y las potencias europeas se lanzaron a una intensa carrera de conquista y colonización de territorios. Ejemplo de ello, Gran Bretaña obtuvo territorios muy ricos en minerales (oro y diamantes), así como de gran valor estratégico, como el Canal de Suez. A pesar de tener todos estos territorios en sus manos, tuvieron conflictos con otras potencias europeas, como por ejemplo los franceses. Los franceses comenzaron por dominar Argelia y desde allí fueron dominando gran parte del norte de África (Marruecos y Túnez), la costa occidental del continente y se extendieron hacia Sudán, punto de fricción con los británicos. Otro punto de fricción fue África central, siendo los alemanes quienes estaban establecidos en ese territorio. Ante esta situación, en el año 1885 Bismarck convocó una Conferencia Internacional en Berlín, con objetivo de apaciguar los conflictos entre las potencias europeas, pero a pesar del intento, los conflictos no terminaron.

Posteriormente, los alemanes se establecieron en Togo, Camerún, África suroccidental y Tanganica, mientras que los portugueses se hacían con Angola, Mozambique y Guinea-

Bissau. Mientras Italia centró su expansión hacia Libia y Somalia. Por fin, España se estableció en lo que luego fue Guinea Ecuatorial, y el Sahara Occidental (Río de Oro).

Por otro lado, en el sur de África dos pequeñas repúblicas vecinas –Transvaal y Orange– estaban en manos de los holandeses nacidos en el continente africano y conocidos como Boers. Pero la noticia del descubrimiento de importantes minas en Transvaal motivó a los ingleses a invadir los territorios de los Boers, provocando el estallido de una guerra, que duró tres años, con la victoria del Imperio británico (Montagut, 2016).

Como consecuencia, África había sido repartido por los países europeos debido a la colonización, la cual después de la I Guerra Mundial se asentaba aún más. Este proceso se muestra de manera clara en el mapa de África, ya que podemos observar la cantidad de líneas rectas entre límites de los países del continente debido a que no tuvieron en cuenta si dividían poblaciones o tribus tradicionalmente unidas.

En el Siglo XX comenzó el proceso de descolonización, que acabó con el dominio europeo en África y tras la II Guerra Mundial, Libia se separó de Italia en 1951, después vino Ghana, y en los 30 años siguientes se independizaron el resto de países hasta nuestros días, en el que se hablan más de un centenar de lenguas diferentes (Hoz, 2012).

Actualmente, África es el continente más pobre del mundo, el expolio de los países europeos lo han dejado bastante deteriorado, si bien sus recursos patrimoniales están consiguiendo que el turismo sea un motor para la economía, gracias a la construcción de sus infraestructuras, así como la inversión extranjera y el auge del turismo (Costa Sur, s.f.).

3.2 DEMOGRAFÍA

Se encuentra muy desigualmente poblado y no sólo ahora, sino a lo largo de toda su historia. África es un país desigualmente despoblado, un ejemplo de ello lo podemos ver reflejado en que solo tres países -Nigeria, Egipto y Etiopía- suman por sí mismos 255 millones de personas, mientras que países como Botsuana, Djibouti, Gambia o Swazilandia no reunirían ni cinco millones de habitantes entre todos.

Otra de las razones que explican el desigual reparto de la población y la baja densidad es la existencia de espacios como el Sahara, un desierto con una superficie de 9.000.000 de kilómetros cuadrados (Gerosa, 2008)

Según las previsiones de las Naciones Unidas (ONU), la población mundial¹ continuará creciendo en su conjunto (Gráfico 1) , aunque a menor ritmo que las décadas anteriores, y gran parte de este crecimiento se deberá al crecimiento demográfico de África, un ejemplo de ello es que en África actualmente viven 1.200 millones de habitantes, el 16% de la población mundial. En 2100, la ONU prevé que serán 4.500 millones, el 40% de todos los

¹ Las líneas claras representan la incertidumbre para intervalos de predicción del 95%.

habitantes del mundo. Más de la mitad de los nuevos 2.200 millones de habitantes que habrá en el mundo desde ahora a 2050² los aportará África (1.300 millones).

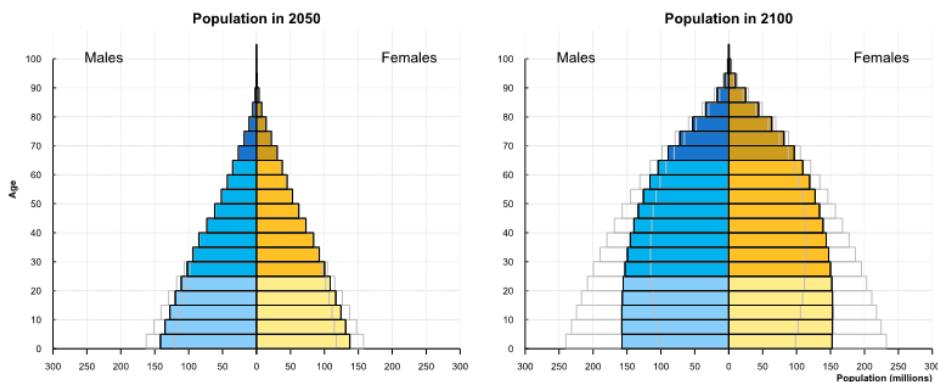


GRÁFICO 1: Población África. Fuente: Unites Nations. Word population prospects 2019

Según un nuevo informe de la Oficina Regional para África de la Organización Mundial de la Salud (OMS) muestra una mejora en la salud de las personas que viven en el continente africano. Un ejemplo de ello es, que la esperanza de vida saludable aumentó de 50,9 a 53,8 años entre 2012 y 2015 (últimos datos disponibles).

Por otro lado, en relación con Europa, esta comenzará a perder población a partir de 2025, aunque ya lleva décadas perdiendo peso demográfico. España será uno de los países que perderá población, según las previsiones de la ONU, igual que otros muchos en Europa, como Alemania, Italia. En España, de los 46,7 millones de habitantes actuales se pasará a 36,4 en 2100.

3.3 ECONOMÍA

Desde un punto de vista económico, puede decirse que África es un continente aislado del resto del mundo. Aunque existen excepciones, como la República Sudafricana, o algunos países del Magreb, prácticamente toda África se encuentra sumida en una grave situación de atraso y subdesarrollo.

Los países africanos carecen de infraestructuras de transportes, de medios técnicos de producción, de industria y de sistemas financieros. Todo ello, unido a la conflictividad derivada de la pobreza y de los enfrentamientos que a menudo degeneran en guerras, da lugar a una situación de miseria que afecta a una buena parte de la población del continente.

Por sectores, el primario es el dominante, la producción se centra en cultivos de subsistencia y en los grandes monocultivos tropicales, principalmente cacao y café, explotados con sistemas anticuados y de bajo rendimiento. El secundario casi no existe, y el

² Hasta 2050, 26 países africanos duplicarán su población y seis países multiplicarán por cinco su número de habitantes: Angola, Burundi, Níger, Somalia, Tanzania y Zambia.

terciario comienza a desarrollar, en algunos Estados, una incipiente infraestructura turística (Vasco, s.f.).

Sin embargo, la economía africana está empezando a resurgir, el interés que se muestra hacia África por parte de los países europeos es debido a sus recursos naturales que posee ya que en este continente podemos encontrar el 99% del cromo total del mundo, el 54% del oro, el 68% del cobalto y, además, es el continente que más diamantes de calidad produce en el mundo. Además de ello, es poseedor de petróleo. Por otra parte, el dominio de idiomas europeos en el continente provoca una oportunidad de cara al desarrollo de futuros planes ya que la mano de obra local puede proporcionar una ayuda significativa para diversos sectores (Rico, 2008).

Por todo lo anterior, como refleja el Informe sobre las Inversiones en el Mundo 2019 de la UNCTAD, África ha aumentado los flujos de inversión extranjera directa en el continente, llegando a 46.000 millones de dólares en 2018, lo que representó un aumento del 11 % con respecto al año anterior. Sin embargo, esto conlleva un lado negativo, los países que muestran ese interés por África y sus recursos se benefician de la situación económica de África, adquiriendo los recursos a precios bajos, mientras la población trabaja y vive en situaciones precarias. Es decir, estos beneficios que adquiere el país, no se ven reflejados en su sociedad.

La contracción de la IED³ en ciertas grandes economías del continente – como Nigeria y Egipto- se vio compensada con creces por el importante ascenso de las entradas a otros países, en particular Sudáfrica (Gráfico 3).

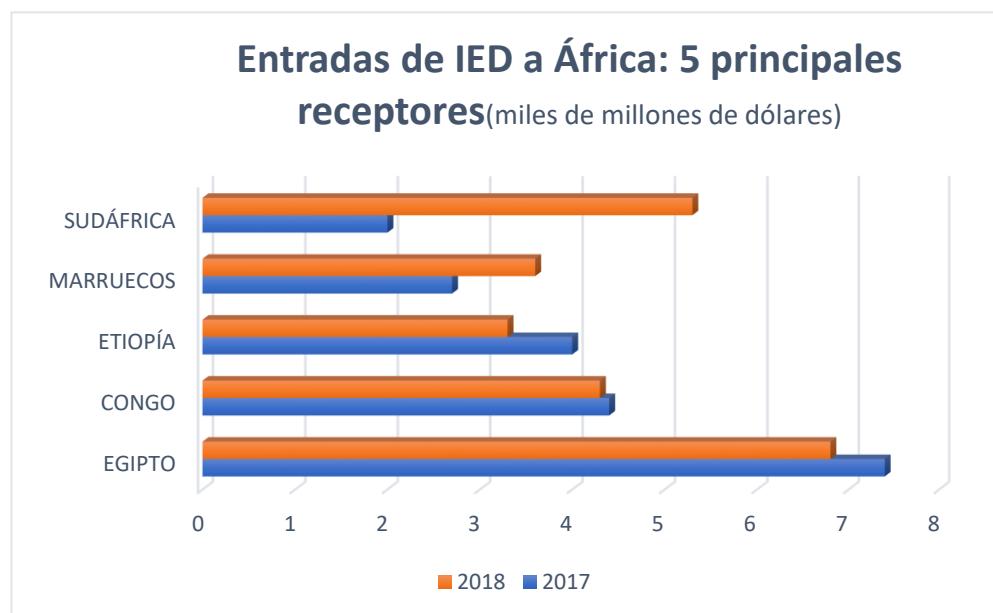


GRÁFICO 2: Entradas de IED en África. Fuente: elaboración propia a partir de UNCTAD, Informe sobre las Inversiones en el Mundo 2019

³ Inversión Extranjera Directa.

Así pues, se espera que el aumento de la demanda y la correspondiente alza de los precios de los productos básicos de los que África es un importante productor estimulen los flujos de IED al continente en 2019⁴. Si bien se espera una sostenida inversión en las manufacturas y los servicios, esta probablemente seguirá limitándose a unos pocos países de África Septentrional y Meridional, y a los incipientes centros manufactureros de África Oriental.

3.4 SU PAISAJE

África es un continente que abarca una quinta parte de la tierra del planeta. Ocupa el segundo lugar en lo relativo al tamaño de los continentes, justo después de Asia.

Los restos paleontológicos son entendidos como algunos testimonios de la época, estos demuestran que hace muchos años el Sahara se trataba de una zona tropical en la que dominaban una serie de lagos y ríos que daban cobijo a una fauna y flora en nada parecidas a las actuales. Pero al surgir la desglaciación, se convirtió en el desierto actual.

La historia geológica de África ofrece diferentes transformaciones. Empezando desde el paleozoico y parte del mesozoico tuvo lugar la formación de un supercontinente llamado Gondwana. Entre otras variaciones, se produjeron sucesos como la aparición del mar Mediterráneo y la formación del mar Rojo.

África presenta un relieve muy uniforme, con una altura media de unos 675 metros. El macizo montañoso más importante es el Atlas, cuya altura máxima es el Toubkal de 4.165m. Puede decirse que el continente está formado por grandes mesetas que presentan depresiones en el interior de estas tan importantes como las de Níger, Chad, Congo y Alto Nilo. En el este del continente se produjo una gran falla (Rift Valley) y que en cierto modo es como una prolongación del mar Rojo. Su aparición dio origen a algunos de los fenómenos naturales más espectaculares de África: el Lago Victoria, llanuras de Kenia, la vida de la fauna salvaje en el Kilimanjaro...

Del encanto de sus selvas donde nos podemos encontrar un paisaje increíble con cascadas espectaculares nos trasladamos lo maravilloso de sus parques nacionales, donde podemos divisar leones en su hábitat, guepardos atravesando las extensiones saladas de los cráteres, flamencos en las aguas del lago y todo tipo de fauna viviendo salvaje.

También podemos conocer diferentes leyendas cargadas de romanticismo e imaginación, tratándose de seres prodigiosos, animales o humanos reales o imaginarios, dedicándose especial atención a las complejas y profundas relaciones de los humanos entre sí y con su medio. También se dedica interés a los logros humanos más allá de la mera supervivencia, es decir, a la cultura o tradiciones simbólicas y espirituales del hombre (Gerosa, 2008).

⁴ Actualmente, no se ha conocido un informe oficial de este año.

3.5 TURISMO EN ÁFRICA

El sector del turismo podría representar una oportunidad para las comunidades más cercanas a los principales epicentros turísticos de África. La diversificación de las actividades económicas en las zonas rurales de África, con un creciente peso del turismo responsable y sostenible, podría ser el freno para las grandes migraciones hacia las ciudades o las zonas periurbanas y una oportunidad para el desarrollo sostenible.

El turismo responsable es un modelo que busca la sostenibilidad social, económica y medioambiental en los destinos. En África, se fomenta el respeto a las culturas indígenas y se promueve su desarrollo, así como se busca proteger el medioambiente a partir de la incorporación de energías renovables, criterios de bioconstrucción o la producción ecológica de los productos que se consumen en los establecimientos turísticos (Coll, 2017).

El continente africano se ha posicionado como la segunda región, por detrás de Asia-Pacifico, donde más crece la cifra de visitantes (Aldekoa, 2019). Según datos de la Organización del Turismo: En 2016, África recibió a 58,1 millones de turistas, mientras, en 2017, recibió casi 63 millones de visitantes y en 2018 más de 68 millones de personas visitaron algún país africano (Gráfico 4).

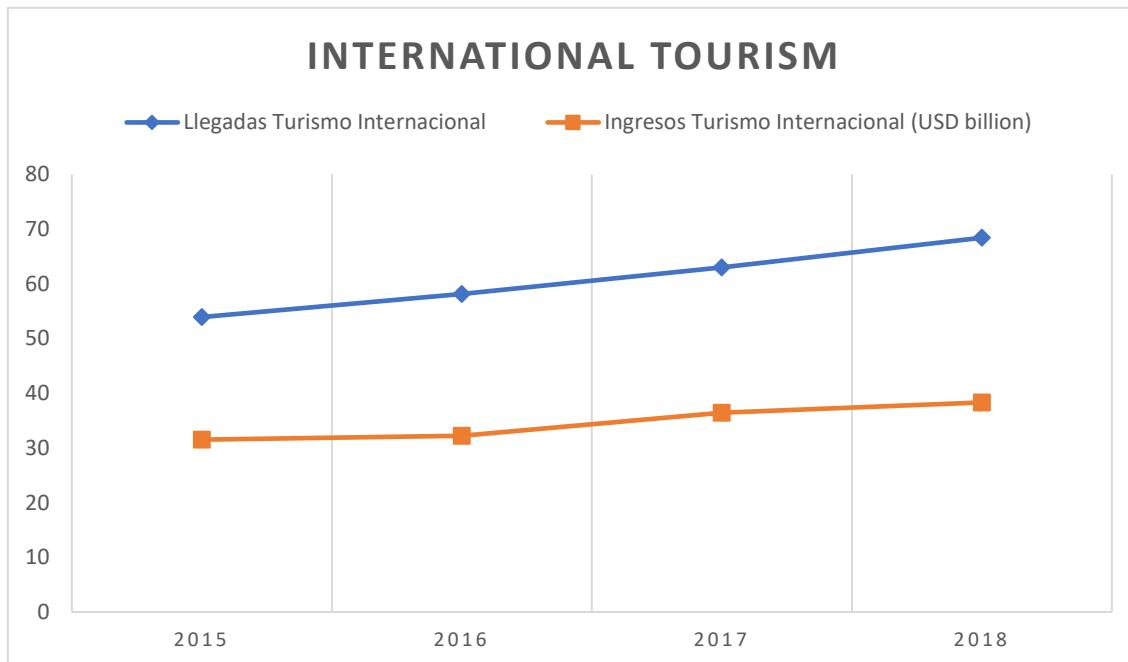


GRÁFICO 3: International Tourism. Fuente: elaboración propia a partir de UNWTO, World Tourism Organization

En cuanto a la previsión a medio plazo, según el WTTC, el aumento del interés por destinos de aventura o de turismo responsable hará que el 57% de los viajeros opte por países emergentes o en desarrollo como destino para 2030, provocando que más cadenas hoteleras internacionales se fijen en África para su expansión, al igual que páginas como Airbnb. También tiene como consecuencia, la mejora del sector con guías e itinerarios urbanos y rurales más profesionalizados.

En conclusión y al margen de previsiones futuras África ha recuperado mucho del turismo que perdió durante algunos años, esta buena noticia tiene que ver a su vez con el

crecimiento del número de nacionales ⁵chinos que elige el continente como destino para sus vacaciones (Caballero C. , 2019).

Aunque las últimas cifras confirman que todavía el turismo en África supone apenas un 5% del turismo mundial, hay dos factores que apuntan al boom: la evolución y su potencial, con una oferta diversa y natural insuperable (Aldekoa, 2019). Además, la mayoría de los países africanos, liderados por la Unión Africana (UA), cada vez adoptan más medidas para favorecer el turismo, un ejemplo de ello, en 2018 la UA lanzó, entre otras iniciativas, la de un espacio aéreo común y pidió a sus miembros que facilitasen los trámites para la obtención de visados (Caballero C. , 2019).

3.5.1 LUGARES MÁS TURÍSTICOS

Se destaca a Sudáfrica, Botsuana, Ruanda o Kenia como países que han trazado ya planes estratégicos para desarrollar sus sectores turísticos y subrayar la importancia de apostar también por el turismo intercontinental (Aldekoa, 2019).

Toni Espadas, director de la agencia de viajes Rift Valley, destaca que más allá de destinos clásicos y seguros como Sudáfrica, Botsuana o Etiopia, el continente brinda opciones menos habituales pero recomendables: “Gabón, tranquilo o salvaje, o Angola, que ya se puede visitar con seguridad, son destinos que descubrir.”

A continuación, muestro los planes aplicados en los países más desarrollados turísticamente:

1) SUDÁFRICA

El turismo se le considera uno de los seis principales pilares de crecimiento en el marco del Nuevo Plan de Crecimiento de Sudáfrica (NGP). El Plan de Acción de Política Industrial (IPAP2) ha señalado al sector como una de las esferas que se espera contribuyan al desarrollo de las zonas rurales.

El Nuevo Plan de Crecimiento, publicado en 2010 por el Ministerio de Desarrollo Económico, tiene por objeto reducir el desempleo en 10 puntos porcentuales para 2020, se da prioridad al desarrollo de la infraestructura, así como a la agricultura, la minería, las actividades manufactureras, el turismo y la promoción de una economía verde, como principales motores de la generación de empleo.

Además, en 2013 la Comisión Nacional de Planificación introdujo el Plan Nacional de Desarrollo 2030 en busca de la reducción de la desigualdad y creación de puestos de trabajo.

El marco legislativo del turismo es propicio al desarrollo del sector, sin embargo, las mediocres condiciones en materia de seguridad general y seguridad operacional, junto con la falta de recursos humanos cualificados, siguen figurando entre los problemas de la industria del turismo de Sudáfrica (WTO, s.f.).

⁵ 135 millones de chinos salieron de viaje en 2016, 125 más que en el año 2000. Generaron 247 mil millones de euros en el sector, según la OMT.

2) BOTSUANA

El turismo juega un papel importante en la economía y la sociedad de Botsuana. Actualmente representa en torno al 15% del PIB (excluida la minería) del país y proporciona aproximadamente el 12% del empleo, directo e indirecto.

Teniendo en cuenta su potencial, el sector constituye uno de los sectores de diversificación económica contemplados por el gobierno, por ello en 2004 se creó el Botsuana Tourism Board que ha desarrollado una activa política de promoción, así como de apoyo a la infraestructura hotelera, que ha mejorado sensiblemente en los tres últimos años, proliferando los establecimientos de lujo. Dada la fragilidad ecológica de la mayoría de los parques nacionales, Botsuana ha optado por primar la calidad sobre la cantidad. Su principal clientela proviene de Europa y los EE. UU. (Oficina Económica y Comercial, 2016).

3) RUANDA

El gobierno ha convertido la atracción de inversiones en una prioridad de la política económica del país. Con este objetivo en mente se han acometido una serie de reformas institucionales y regulatorias:

La Ruanda Development Board se establece en 2009 con la intención de aglutinar todas aquellas agencias del gobierno cuyo campo de actividad estuviera relacionado con las inversiones. Es decir, se convierte en la autoridad de promoción y regulación de las inversiones.

Por otro lado, la Land Law 2005 regula la propiedad y gestión del terreno en Ruanda. Tanto los inversores locales como los extranjeros disponen de los mismos derechos al respecto

Además, Ruanda cuenta con el programa "Visión 2020" se complementa con un plan quinquenal llamado "Estrategias para el Desarrollo Económico la Reducción de la Pobreza" (EDPRS, por sus siglas en inglés). Este cuenta con cuatro áreas temáticas: la Transformación Económica, promoviendo el crecimiento mediante la reorientación de la economía hacia una industria de mayor valor añadido y servicios, especialmente del turismo de negocios; el Desarrollo Rural, con el objetivo de reducir la pobreza; la Productividad y el Empleo con el objetivo de crear 200.000 puestos de trabajo anuales; y la Responsabilidad Gubernamental, mejorando prestación de servicios públicos. Además, el "Programa de Intensificación de Cultivos" que persigue aumentar la productividad agrícola.

En el futuro se pondrán en marcha la estrategia "Visión 2050" y el EDPRS III, que ya están en desarrollándose objetivo de alcanzar es estatus de país de renta media-alta para 2035 y de renta alta para 2050 (Oficina Económica y Comercial, 2018).

4) KENIA

La reducción de los ataques del grupo militar somalí Al Shabaab ha ayudado a impulsar el turismo. Se quiere atraer 3 millones de visitantes al año según su manifiesto publicado (Europa Press, 2018)

A su vez, detrás del periodo de crecimiento de Kenia se encuentra el plan Visión 2030, una estrategia a largo plazo basada en tres pilares: económico, social y político.

El país africano impulsa el crecimiento y moderniza su economía a través de un Plan estratégico a largo plazo –Visión 2030- para desarrollar sus sectores con más potencial.

Concretamente en lo que respecta al desarrollo económico, este plan estratégico identifica varias áreas de interés y establece planes concretos para desarrollar los seis sectores clave para el crecimiento del país: turismo, agricultura, venta y distribución, manufactura, servicios financieros, y Business Process Outsourcing (BPO) (Kenia, el poder de la estrategia, 2016).

5) ETIOPIA

El Ministerio de Cultura y Turismo de Etiopía ha anunciado su voluntad de triplicar el número de visitantes extranjeros, a más de 2'5 millones para 2020, con el objetivo final de hacer de Etiopía uno de los cinco destinos turísticos más importantes de África para ese año con la implantación de un Plan estratégico a 15 años llamado Visión 2025.

El Gobierno de Etiopía comenzó en 2016 una campaña de marketing centrada en los mercados tradicionales que hacían hincapié en las fortalezas de Etiopía. La colaboración con los agentes de viajes se considera muy importante para Etiopía, igual que el desarrollo de nuevas rutas y circuitos, que están llevando viajeros a los lugares más desconocidos del país. También se trabaja en el desarrollo de una infraestructura informativa para el turista, siempre con la sostenibilidad como prioridad (Ideas para Viajar, 2016).

4. ANÁLISIS TURÍSTICO DE GHANA

A diferencia de los anteriores países nombrados -más desarrollados turísticamente-, en este apartado conoceremos el país africano llamado Ghana – menos desarrollado turísticamente, por eso era sumamente necesario incluir el anterior capítulo-, el cual, desde hace unos años, está llevando a cabo políticas para el fomento y mejora de su sector turístico, así como, la búsqueda de inversores, con el fin de desarrollarse turísticamente y convertir el sector turístico uno de los principales motores de su economía.

4.1 MARCO TERRITORIAL

En 2011 Ghana se convirtió en el segundo país del mundo que más creció tras Catar. Esto se debe a su estabilidad política, la mejora en sus índices sociosanitarios y la propiedad del petróleo, convirtiéndose en objetivo comercial para unos y un sueño para otros (Machado, 2012).

4.1.1 HISTORIA DE GHANA

Ghana fue la primera colonia del África negra en alcanzar la independencia en 1957 con ayuda de la ONU. Su primer presidente fue Kwame Nkrumah, líder anticolonialista.

Los primeros europeos que visitaron la región fueron exploradores portugueses, quienes convirtieron la región actual de Elmina en centro para comerciar oro y esclavos con otros países europeos.

En 1642 los holandeses expulsarían a los portugueses, pero con el paso de los años y el surgimiento de guerras contra los británicos -entre otros-, provocaría que en el S.XVIII los británicos dominasen ciertas regiones de la zona. La zona costera que se encontraba bajo dominio británico en 1874 pasó a llamarse “Costa de Oro”.

A partir de la II Guerra Mundial comenzó el desarrollo político del país. Los británicos se tuvieron que enfrentar a una creciente agitación en favor de la independencia nacional, se incrementaron las presiones para conseguir el autogobierno y el 6 de 1957 la Asamblea Nacional de Ghana emitió una declaración de independencia. Dos días después, el nuevo país independiente se integraba en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (Centro de recursos africanistas, s.f.).

4.1.2 GEOGRAFIA

Ghana se encuentra en África occidental en el golfo de Guinea. Tiene una superficie de 238.533 km² y su capital Accra. Al este linda con Togo, al norte con Burkina Faso y al oeste con Costa de Marfil (Centro de recursos africanistas, s.f.).

Cerca del 70% de la superficie del país es tierra agrícola, el 10% de estas cosechas, no han de ser replantadas, como el cacao. Las selvas han prácticamente desaparecido: en 2013 ya solo quedaban 1,6 millones de hectáreas mientras que en los 90 había 8 millones de hectáreas (Oficina de Información Diplomática, 2019).

Ghana se caracteriza en general por un bajo alivio físico. La elevación más alta de Ghana, el Monte Afadjato en las Cordilleras Akwapim-Togo, se eleva a solo 880 metros sobre el nivel

del mar. El sistema de rocas precámbricas ha sido desgastado por la erosión casi hasta una llanura. Las llanuras bajas se extienden por la parte sur del país. Al norte se encuentran tres regiones: las tierras altas de Ashanti, las cordilleras Akwapim-Togo y la cuenca del Volta.

Como la mayoría de los países de África occidental, Ghana no tiene puertos naturales, esto se debe a que el fuerte oleaje golpea la costa, pero se construyeron dos puertos artificiales en Takoradi y Tema (Authority, 2011).

El río Volta discurre por el este y constituye la principal fuente de generación de electricidad desde que se construyó la presa de Akosombo, que forma hasta la presa de las Tres Gargantas el mayor lago artificial del mundo: El lago Volta.

Respecto al clima, Ghana posee un clima ecuatorial: calor, humedad y lluvia. Las temperaturas oscilan entre 25°C y 30°C, aunque en el norte pueden alcanzar temperaturas próximas a los 45°C de diciembre a marzo como consecuencia de la llegada de vientos del Sahara. La humedad relativa es bastante alta. Las precipitaciones son considerables. (Oficina de Información Diplomática, 2019).

4.1.3 DEMOGRAFIA Y SOCIEDAD

La población de Ghana ha superado los 25 millones de habitantes y crece velozmente. La región más poblada es la Región Ashanti donde vive la quinta parte de los ghaneses. Sin embargo, la zona más densamente poblada es Accra y su periferia, con más de 1200 habitantes por kilómetro, en los últimos años se ha triplicado la densidad de población se consecuencia de la migración rural.

En Ghana, hay diversidad étnica, aunque casi la mitad de los individuos son akanes. Una de las políticas impulsadas fue la creación de una conciencia nacional, dejando de lado los conflictos étnicos; (“Yo respeto las tradiciones de tu etnia; respeta las mías y eres bienvenido”).

En función de la fuente que se use (censo de 2010 u Organización Internacional para las Migraciones) se cree que entre el 6% y el 7% de la población que vive en Ghana es extranjera. La mayoría de los forasteros procede de los países de la CEDEAO (Comunidad Económica de Estados de África Occidental), especialmente de Nigeria.

La población urbana crece anualmente más de un 3%. El proceso de urbanización está siendo vertiginoso, lo que está produciendo profundas alteraciones sociales y políticas y generando nuevas oportunidades de negocio, ya que las ciudades necesitan grandes inversiones para gran número de población. El problema de todo esto es que las ciudades ghanesas no son capaces de proporcionar a sus habitantes los servicios más básicos (saneamiento, alumbrado público, asfaltado, gestión del tráfico, transporte público...).

Como en la mayor parte de los países menos desarrollados, la pirámide demográfica de Ghana es ancha por la base y estrecha por la cima -según los últimos datos recogidos en 2018-, es decir, es una población joven (Gráfico 5).

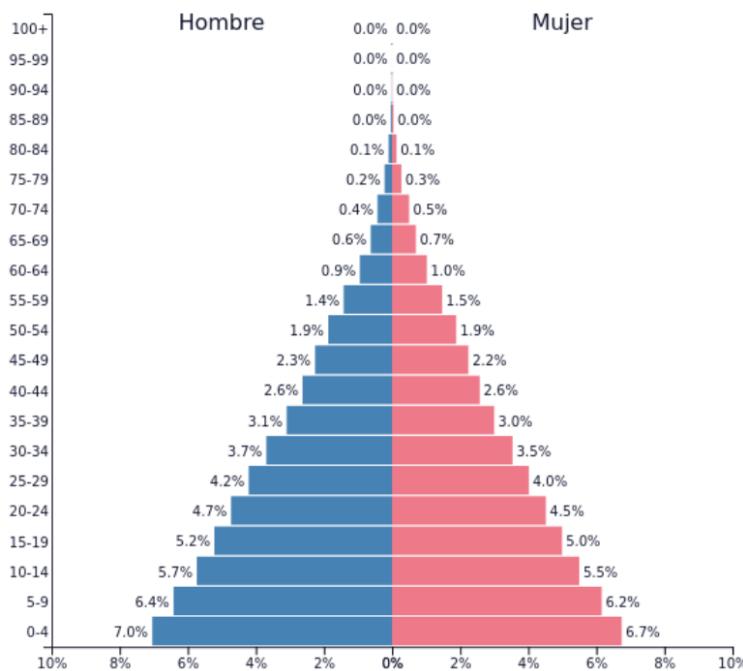


GRÁFICO 4: Población en Ghana. Fuente: PopulationPyramid.net

Las conclusiones sobre el crecimiento en Ghana según el informe regional sobre África subsahariana en octubre de 2011 son que la década dorada de crecimiento no ha supuesto reducciones sustanciales de pobreza en el conjunto del continente, aunque sí ha habido reducciones en los países de gran crecimiento como Ghana y a su vez, este crecimiento ha generado más desigualdad en el consumo.

Por otra parte, el trabajo infantil es una lacra que afecta a más de un millón de niños. Sus causas son complejas, y el fenómeno abarca desde niños que ayudan en los pequeños negocios familiares o en época de cosecha hasta el tráfico infantil con destino a las plantaciones de cacao. Las amenazas internacionales de boicot han causado cierto efecto y se han puesto en marcha políticas de erradicación.

En resumen, nos encontramos con un país en el que la mayor parte de la población económicamente activa, con independencia del sexo, hace lo que puede para sobrevivir, ya sea cultivar en parcelas de subsistencia, vender en los semáforos o cocinar en contenedores (Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Accra, 2019).

4.1.4 EVOLUCIÓN POLITICA

Ghana fue el primer país africano en obtener la independencia del Imperio Británico en 1957. A lo largo de la historia, han tenido muchos sucesos y cambios políticos, así como de dirigentes que han aplicado diversas políticas. Han tenido dos golpes de estados; tras el primero de ellos, estalló la revuelta conocida como “revuelta de la clase media” que acabó en unas nuevas elecciones, teniendo al mando un Gobierno Civil. Sin embargo, en 1992, se crearía una nueva Constitución y habría unas nuevas elecciones, y a su vez, se proclamaría la IV República (EFE, 2016).

Actualmente, Ghana es uno de los pocos países democráticos de África. Actualmente su Parlamento está formado por 200 diputados. No es una democracia perfecta debido a la corrupción, desde la prensa hasta el sistema judicial, pero es un sistema del que los ghaneses se sienten orgullosos.

Hay un bipartidismo claro entre, el gobernante Congreso Democrático Nacional (CDN o NDC, en inglés), y el Nuevo Partido Patriótico (NPP), en la oposición:

- **National Democratic Congress (NDC)**, que es el partido en el poder, liderado por, John Dramani Mahama. Es teóricamente socialdemócrata y pertenece a la Internacional Socialista. Tiene su granero de votos entre los ewes y musulmanes y en el norte del país.
- **New Patriotic Party (NPP)**, que estuvo con el presidente Kufuor en el poder de 2000 a 2008 y ahora es el principal partido de la oposición. Es teóricamente de centro derecha. Su granero de votos es los ashantis, la mayor tribu del país.

4.1.5 ECONOMIA

En 2017, los principales indicadores macroeconómicos presentaron una mejora respecto a los años precedentes. La tasa de crecimiento real del PIB fue de 8,4% en 2017 y se preveía que para 2018 fuese del 6,4%, y fue del 6,3% y el FMI proyecta un crecimiento real del PIB para 2019 del 8,8%, considerada por algunos como demasiado optimista. Pese a seguir manteniendo niveles altos, tanto el déficit como la inflación han disminuido en los últimos años. El déficit fiscal se ha reducido pasando de 10,1% en 2014 a 6% en 2017; las previsiones del FMI son una bajada de hasta 6,4%. Por su parte, la inflación disminuía hasta 11,8% en diciembre de 2017. Los precios vienen determinados por la oferta y la demanda al ser una economía de mercado, a excepción de precios de la electricidad, el agua y los productos petrolíferos, fijados respectivamente por la Comisión Reguladora de Suministros Públicos y la Autoridad Nacional del Petróleo (ICEX, 2019).

Los sectores económicos que más contribuyen al crecimiento del PIB son en primer lugar, el terciario (56,2% en 2017) destacando los subsectores del transporte, los servicios financieros y el comercio; por su parte se espera que el turismo vaya adquiriendo importancia conforme el país aumente su estabilidad económica, de este sector hablaremos detenidamente en el siguiente apartado. En segundo lugar, el sector secundario (25,5% en 2017) por la construcción, la minería y la industria manufacturera. Por último, el primario (18,3% en 2017), en el que la agricultura es el subsector predominante. El reparto de la población ocupada por sectores en 2017 es equiparable en la agricultura y el sector

servicios, siendo menor en la industria (14%) (Oficina económica y comercial de España en Accra, 2017).

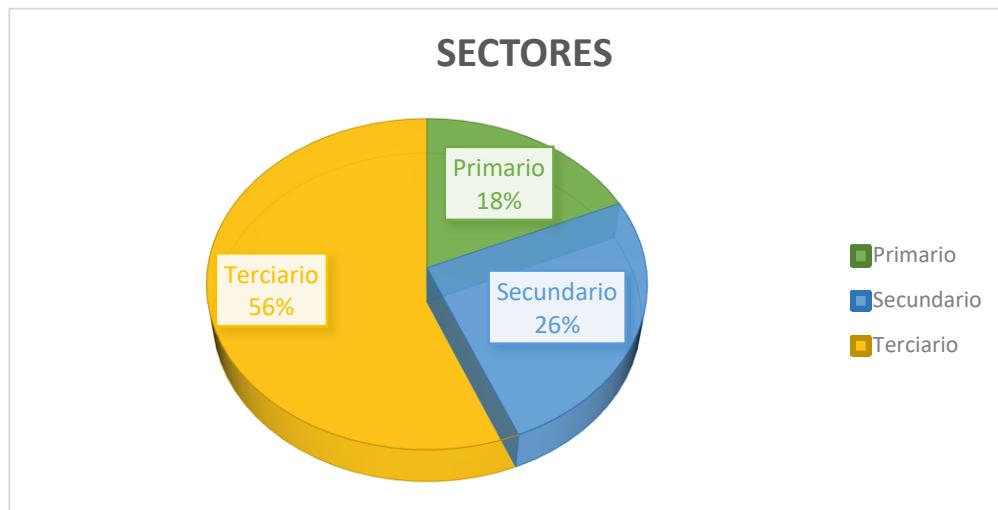


GRÁFICO 5 : Distribución sectores. Fuente: Elaboración propia a partir de Oficina Económica y Comercial de España en Accra, 2017

La tasa de desempleo se encuentra en un 5,2% y es mayor entre las mujeres (57,2%) que entre los hombres (42,8%), y más elevada en zonas urbanas (58,6%) que en las rurales (41,4%) (ICEX, 2019).

En términos comerciales, Ghana ha sufrido una reciente alteración de la estructura del comercio desde el comienzo de sus exportaciones de petróleo, y un consecuente incremento de sus exportaciones netas en 2017. La balanza de pagos del país presentó un superávit de 714,25 millones de USD (2,3%) según los últimos datos en 2017. Los principales bienes de exportación en valor son el oro, el petróleo crudo, las nueces de cacao y la madera, cuyos mercados receptores más importantes son Asia, seguido de la Unión Europea y otros países de la región africana. A nivel estatal, los principales socios compradores, destino de sus exportaciones, son China (33%), Suiza, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido, Bélgica e India. Por otro lado, los principales bienes de importación en valor son recursos energéticos, petróleo y gas, y en menor medida, otros productos como el oro, el arroz o los vehículos de transporte, siendo China, Reino Unido y Estados Unidos los principales proveedores de Ghana (Gobierno de Canarias, 2017).

Pese a las previsiones favorables de crecimiento, la economía de Ghana también cuenta con una serie de desafíos como son el elevado nivel de deuda, la fragilidad del sistema financiero y unos niveles de reservas relativamente bajos. Otro de los problemas estructurales del país es la baja productividad del sector agrícola, aquel en el que el Ghana tiene una clara ventaja comparativa. Así como la alta desigualdad y escasa industria, lo que, a pesar de haber logrado un superávit comercial en 2017, en el país predomina su propensión importadora (ICEX, 2019).

Dentro del plan de desarrollo del Gobierno, cabe destacar una serie de proyectos de inversión: en infraestructuras de transporte, en la construcción de líneas de ferrocarril y carreteras, con el objetivo final de la política es convertir a Ghana en el nodo del transporte

en África occidental (Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Accra, 2019); en el sector sanitario a través de la construcción de hospitales; en agricultura y en educación. Dichos proyectos de inversión han ido aumentando con los años tanto en número (192 en 2017) como en montante (Oficina de Información Diplomática, 2019) y han demostrado el incremento anual de inversión extranjera directa que recibe el país (en 2016 se incrementó un 9% respecto al año anterior) (Gobierno de Canarias, 2017). La inversión procede principalmente de China y dirigidos en su mayoría a la ciudad de Accra. Otros países interesados en invertir en Ghana por medio de este tipo de proyectos son India, Reino Unido, Sudáfrica y Turquía (Oficina de Información Diplomática, 2019).

4.2 TURISMO Y PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE GHANA

El turismo ha sido una fuente de ingresos de importante crecimiento en los últimos años. El fondo para el desarrollo del turismo fundado en 2012 recauda el equivalente a 220.000€, destinados a mejorar las infraestructuras y los servicios turísticos en Ghana (Oficina Económica y comercial de España en Accra, 2019).

El papel de la industria del turismo es en gran medida receptiva de visitantes de negocios. Sin embargo, los ingresos generados de este sector no son lo que impulsa al crecimiento económico, sino las inversiones derivadas de los ingresos aportados por los principales impulsores económicos de servicios públicos y privados, de modo que, Ghana pueda explotar sus recursos naturales para potenciar el turismo y lograr un crecimiento y desarrollo económico (Government of the Republic of Ghana, 2012)⁶.

Como anteriormente hemos nombrado, La Organización Mundial de Turismo, no tiene actualizadas sus estadísticas sobre Ghana. A pesar de ello, con respecto a los años que conocemos sus datos, podemos confirmar que el número de visitantes ha crecido, en 2013 se alcanzó la llegada de 994.000 de visitantes, bajando hasta los 825.000 en 2014, sin embargo, durante 2015 la tendencia fue positiva, con unas cifras que casi alcanzaron los 900.000 visitantes (Gráfico 7).

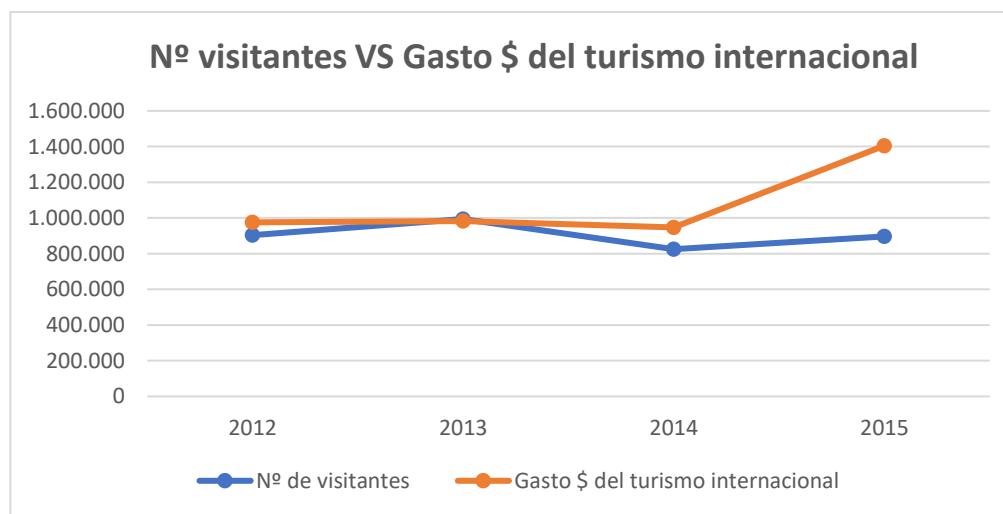


GRÁFICO 6: N.º visitantes vs Gasto \$ del turismo vacacional. Fuente: Elaboración propia a partir de Banco Mundial

⁶ El Gasto de \$ del turismo internacional está dividido entre 1000, para crear una gráfica más visual para su explicación.

Con respecto al gasto medio de viajeros en los años que sabemos datos fiables, podemos decir que existe una tendencia positiva a pesar de la caída en 2014 con un gasto de 947 millones de dólares ([véase ANEXO I](#)).

Hay que distinguir entre el turismo vacacional y otros tipos de turismo, como el de negocios o el de retornan a casa. Las normas de la OMT juntan a todos esos viajeros bajo el rótulo de turista, por ejemplo, en 2014, el 67% de los turistas llegó por motivos vacacionales y el 33% por motivos laborales o regreso de expatriados (Oficina Económica y comercial de España en Accra, 2019), sin embargo podría inducir a error, puesto que este 33% de “turismo” no se realiza por placer, sino por obligación. Este tipo de personas, viajan por obligación en muchas ocasiones, ya sean obligaciones administrativas, como económicas u otras obligaciones ineludibles. En el siguiente epígrafe podremos conocer con mayor detenimiento que tipologías de turismo nos podemos encontrar en Ghana.

Visto que el sector turismo podría llegar un gran potencial en el destino, el Gobierno de la República de Ghana se comprometió al desarrollo del sector turístico a través de un Programa de Desarrollo Turístico y surgió el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (1996-2010), y de esta forma, el Plan posicionó al sector turismo como un motor constante de crecimiento y desarrollo.

Sobre la base del éxito del primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico a 15 años, se ha articulado un sucesor, el Plan Nacional de Desarrollo del Turismo (2013-2027) para proporcionar a los interesados en los sectores público y privado, una guía a largo plazo de desarrollo del sector turístico.

Este Plan Nacional de Desarrollo Turístico evalúa cómo el turismo puede contribuir al desarrollo económico nacional y local y mejorar su papel como sector líder en creación de empleo, generación de ingresos, ambiental conservación y cohesión nacional y crecimiento económico general.

El Plan promoverá un aumento de inversiones en los vínculos de la cadena de suministro y valor, desarrollo de productos, infraestructura, mercadeo y promoción, desarrollo de recursos humanos e investigación, así como información, comunicación y avance tecnológico en el sector turismo. Además de ello, el Ministerio de Turismo ha creado consenso y alianzas tanto para sectores públicos como privados para ser propietarios colectivos del Plan Nacional de Desarrollo del Turismo.

La economía del turismo en Ghana: el sector turístico de Ghana se ha visualizado como uno de los principales motores de crecimiento y desarrollo desde la década de 1970.

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico actual (2013-2027) se proyecta que aumente con bastante rapidez desde el nivel de 2010 de 746,500 a 993,600 mil en 2013; con ingresos de USD 1,5 mil millones en 2017; 2.5 mil millones en 2022; y 4.300 millones en 2027. Estas son proyecciones poco objetivas, ya que dependerán principalmente sobre la postura política del gobierno.

La contribución bruta de divisas al PIB generado por el turismo se prevé que aumentará de 4.3% en 2010 para finalmente alcanzar el 5,70% en el año terminal del Plan 2013-2027. Las estimaciones muestran que las cifras totales de empleo aumentarán del nivel de

2010 de 231.000 a 319.000 en 2013 y se elevaron a 487.000 en 2017, 2019 se ha visto como un año esperanzador con respecto al empleo también (Goverment of the Republic of Ghana, 2012).⁷

4.2.1 TIPOLOGIAS DE TURISMO EN GHANA

Ghana se divide en diez regiones administrativas. Y las ciudades más destacadas son: En el Sur y costa: Accra, Cape Coast, Elmina, Takoradi. En el centro: Kumasi. En el Norte: Wa, Tamale y Bolgatanga.

A continuación, conoceremos varias tipologías de turismo que se pueden encontrar en Ghana ([clica aquí para conocer más sobre los monumentos de a continuación](#)):⁸

1) TURISMO HISTORICO-CULTURAL

• MONUMENTOS Y SITIOS

La División de Monumentos de GMMB es la principal responsable de la protección, conservación y gestión de todas las propiedades y sitios del Patrimonio Mundial nacional y de la UNESCO en Ghana. Además, la división brinda asistencia técnica para la gestión de algunas de las estructuras históricas del país y espacios de valor universal excepcional.

Sus funciones son: Establecer un registro nacional integral del patrimonio cultural y un inventario nacional de bienes culturales inmuebles, la implementación de programas en edificios catalogados y la determinación del estado de deterioro y establecimiento de programas prioritarios para actividades de conservación y restauración.

A continuación, introduciré algunos monumentos de Ghana, que se pueden encontrar en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO: (Ghana Museums and Monuments Board, 2017):

- CASTILLOS Y FORTALEZAS

La mayoría de sus castillos y fortalezas tienen una historia detrás de la época de la colonización. La Convención del Patrimonio Mundial de la UNESCO ha designado los castillos y fortalezas de Ghana como Monumentos del Patrimonio Mundial. Aquellos más turísticos e importantes que son Patrimonio de la Humanidad (Ghana Tourism Authority , 2011):



*Ilustración 1: Castillo de Cape Coast
Fuente: Tripadvisor*

⁷ A pesar de estas predicciones, conviene que el lector conozca el análisis actual del sector turístico en Ghana a través de un DAFO. Le recomendamos que para ello [vea el ANEXO II](#).

⁸ Siguiendo vínculo del párrafo o este enlace:

<https://drive.google.com/open?id=1VW0VXwQVnnFYKMnKsdXObLLuPANaB68w&usp=sharing>

podréis acceder a un documento de Google Earth con la ubicación de algunos de estos monumentos y una breve explicación. Para abrirlo será necesario tener Chrome o Google Drive.

- *Castillo de Cape Coast.*
- *Fort William.*
- *Fort Victoria.*
- *Castillo Christiansborg.*
- *Castillo Elmina (Castillo de San Jorge).*
- *Fort Amsterdam.*
- *Fort Apollina.*
- *Fort Batenstein.*
- *Fort Paciencia.*

- EDIFICIOS TRADICIONALES DE ASANTE

La cultura Asante es una cultura antigua, que contiene muchos elementos misteriosos cuyos orígenes permanecen oscuros. Uno de esos elementos son los Edificios Tradicionales de Asante. Estos edificios sirvieron principalmente como palacios, casas santuarios para quienes protegían el Reino, hogares para los ricos y, finalmente, como mausoleos.

Desafortunadamente, la mayoría de las obras maestras de la arquitectura indígena Asante se han perdido para el mundo, algunas debido a la guerra y otras debido al cambio sociocultural y económico.

Sin embargo, aquellas que seguían en pie en 1980, la UNESCO, a través del Comité del Patrimonio Mundial, las enumeró como Edificios Tradicionales Asante, siendo 'ejemplos raros de supervivencia del significativo estilo arquitectónico del Reino Asante'.

Actualmente, solo diez de estos edificios están en pie, y todos ellos son 'casas santuario'. Nueve de ellos están dentro de un radio de treinta y cinco kilómetros de Kumasi, la sede de Asanteman, el Reino Asante. La casa del décimo santuario está en Patakro, cerca de Obuasi (Ghana Museums and Monuments Board, 2017), estos santuarios son:

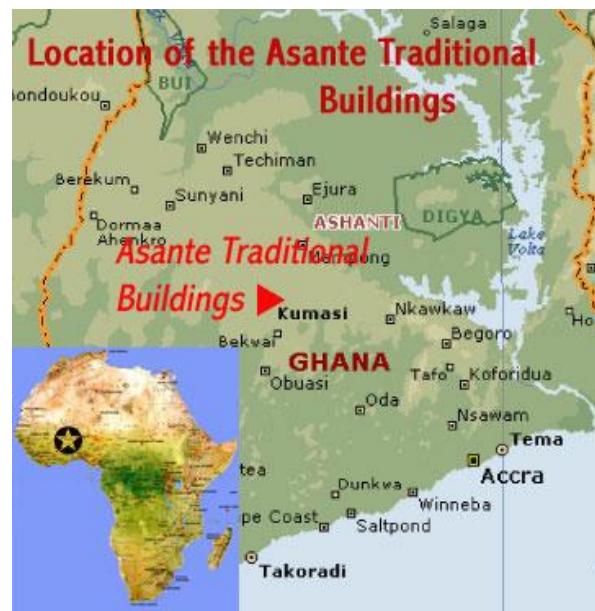


Ilustración 2: Localización de los Edificios Tradicionales Asante
Fuente: African World Heritage Sites

- *Santuario Yaw Tano Shrine.*
- *Santuario Akwasi Sima.*
- *Santuario Tano Abenamu Subunu Shrine.*
- *Santuario de Tano Kwadwo.*
- *Santuario Atuo Kosua.*
- *Santuario de Kentinkrono.*
- *Santuario de Tano Odomankoma.*
- *Santuario Asawase Shrine.*
- *Santuario de Asenemaso.*
- *Santuario Abonsami.*



Ilustración 3: Antiguo lugar de culto
Fuente: Viajando. Imágenes y sensaciones

- SITIOS ARQUEOLÓGICOS Y OTROS SITIOS

A lo largo de los años, los arqueólogos han descubierto una gran cantidad de pistas sobre el pasado de Ghana.

Sitios como los de Asokrochona, Bosumpra Rockshelter y varios sitios clasificados como sitios de Cultura Kintampo fueron habitados durante la Edad de Piedra de Ghana. Los asentamientos que han dejado sus huellas en Begho, New Buipe y Daboya se originaron en la Edad de Piedra y duraron hasta la Edad del Hierro hasta los siglos XVII y XVIII. Las áreas alrededor de varios castillos y fortalezas coloniales antiguas de Ghana, como el Castillo de Elmina; Castillo de la costa del cabo; Fuerte de Eliza Carthago; y el Fuerte Ussher también han sido datadas, exponiendo detalles sobre la vida durante los días del comercio de esclavos en Ghana.

Hay un Museo de Arqueología, este museo, tiene información y exhibiciones sobre hallazgos arqueológicos, que incluyen: Hachas de piedra de Kwahu, cultura Kintampo (los primeros agricultores en África occidental), excavación de Komaland, artículos de piedra alemanes, fortaleza Crevecoeur / Usher, fortaleza Amsterdam, proyecto arqueológico de la montaña Krobo o los hallazgos de Daboya que incluye túmulos funerarios y una mezquita del siglo XVI o XVII (Ghana Museums and Monuments Board, 2017).

Otras estructuras y sitios de interés para la División de Monumentos son:

- *Fuerte Kumasi y Museo Militar*
- *Antiguas mezquitas de las tres regiones del norte*

- *Palacio de Wa Naa*
- *Muros de defensa de Gwollu y Nareligu*
- *Antigua catedral católica de Navrongo*
- *Paisaje cultural de Tongo Tengzuk*
- *Asentamiento de zancos de Nzulezu*

• ***MUSEOS***

El Museo Nacional de Accra educa a sus huéspedes sobre los hábitos de la gente de Ghana, pasado y presente, a través de sus exhibiciones de objetos tradicionales exclusivos de Ghana y su exhibición de obras de arte locales. Para aquellos que deseen una mirada más profunda a regiones específicas de Ghana, hay una serie de museos que brindan información sobre las tradiciones y la historia de su propia área geográfica; entre estos se encuentran el Museo Regional del Alto Este y el Museo Regional Volta (Ghana Museums and Monuments Board, 2017).

Los ocho museos principales son:

- *El Museo Nacional.*
- *El Museo de Ciencia y Tecnología (MST).*
- *El museo regional de Volta.*
- *El Museo del Castillo de Cape Coast.*
- *El Museo Regional del Alto Este.*
- *Museo del Castillo de San Jorge (Castillo de Elmina)*
- *El Museo del Fuerte Ussher.*
- *Museo Fort Apollonia de Cultura e Historia.*
- *Museo Fort San Antonio.*

• ***FESTIVALES***

Como manifestaciones culturales y artísticas destacadas cabe citar los Festivales tradicionales, que mezclan rituales, música, danzas, tradiciones orales junto con elementos de carácter social y político.

Muchos de los festivales son muestra de adhesión pública a los jefes locales (Chiefs) por parte de su gente. Entre estos festivales merece la



Ilustración 4: Akwasidae Festival of the Ashanti in Kumasi
Fuente: Travel Inspires Experiences

pena destacar el “Aboakyr” de Winneba, en el que las celebraciones giran en torno a la caza del ciervo o el “Homowo” de la tribu Ga que celebra la temporada de la recolección. Sin duda el más importante de todos es el “Odwira”, que celebran los Asante en Kumasi durante una semana entera en septiembre (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2013).

2) TURISMO DE NATURALEZA Y EL ECOTURISMO.

En los últimos años, Ghana se ha convertido en un pionero en el campo del ecoturismo comunitario, cuyo objetivo es crear una relación tripartita mutuamente beneficiosa entre conservacionistas, turistas y comunidades locales, uno de los proyectos líderes del turismo comunitario es el santuario de monos Boabeng-Fiem, junto con él, el galardonado Santuario de Hipopótamos Wechiau y el Lago Amansuri, y las casas pintadas y la cerámica de Sirigu (Ghana Tourism Authority , 2011).

Un lugar de gran interés naturalístico es Kakum National Park, se preserva gran variedad de fauna y flora, además pueden observarse magníficos ejemplares de árboles. Uno de los mayores atractivos turísticos es el paseo y los puentes colgantes (“canopy walk”).



Ilustración 5: Canopy Walk

Fuente: Viajandomejor.com

Por otro lado, los jardines botánicos de Aburi se ubican en las colinas Akuapem (aka Akwapim), fue la primera zona que los europeos colonizaron en el siglo XVIII. Destaca por un clima más fresco y paisaje verde. Tienen una extensión de 65 hectáreas a una altitud de 370/460 metros por encima del nivel del mar.

Y en el norte de Ghana, próximo a la localidad de Tamale, se encuentra el Parque Nacional de Mole, donde es posible observar de cerca elefantes (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2013).



Ilustración 6: Monos sagrados de Tafi Atome
Fuente: Sacred Natural Sites

Incluyen los monos sagrados de Tafi Atome, una gran cantidad de magníficos bosques y cascadas alrededor de Amedzofe, el pico más alto del país en el Monte Afadjato.

La región de Volta también alberga la mayor concentración de sitios de ecoturismo basados en la comunidad del país y ofrece oportunidades para practicar senderismo y ciclismo de montaña. Las atracciones populares

Ghana es muy atractivo para los observadores de aves, es decir para realizar turismo ornitológico. Para los visitantes ocasionales, son las coloridas aves de la sabana, y los observadores de aves serios quieran buscar a los residentes más evasivos de los oscuros interiores de las selvas tropicales de Kakum, Bui y Ankasa.

No menos importante entre las atracciones naturales de Ghana son sus playas. La costa de Ghana se conocía anteriormente como The Gold Coast, la mayoría de estas arenas espectaculares se mantienen en Accra.

De las costas más conocidas podríamos hablar de Cape Coast, inscrito en el Patrimonio Mundial. Una playa más tradicional, sería la Labadi Pleasure Beach. Sin embargo, si buscamos una inclinación más ambiental y llena de naturaleza en su experiencia de playa, entonces Cocoloco Beach es la ideal, famosa por la gran variedad de tortugas marinas que se reproducen allí, y las aves que se pueden ver en el estuario del Volta. También está la playa llamada Alaska Beach, que se encuentra en la costa del Golfo de Guinea, ofrece la oportunidad de escapar de la constante sensación de estar en movimiento en los lugares más turísticos (Ghana Tourism Authority , 2011).



*Ilustración 7: Cape Coast
Fuente: Evysinspirations*

Un turismo que se quiere lanzar en Ghana es el turismo de surf debido a las condiciones de sus playas doradas rodeadas de vegetación. Por ello, “el surf tiene mucho potencial” atraer a los surfistas es una buena medida para captar viajeros de clase media, y desarrollar un “mercado que está sin explorar entre el turismo de lujo y el más económico” (AFP, 2017).

3) TURISMO DE REGRESO

Como anteriormente hemos nombrado, en Ghana hay que saber diferenciar entre el turista que viene a conocer, y el turista que retorna a sus raíces para conocerlas. A pesar de ello, sigue siendo considerado, turista.

En 2019, se celebró el “Year of Return Ghana 2019” al que estuvieron invitados unos 40 famosos de raíces ghanesas. El objetivo de esta iniciativa era promocionar Ghana como destino turístico y lugar idóneo donde invertir. Pero esta iniciativa no solo tiene ese objetivo, sino también reunir a todos los africanos del continente que a lo largo de la historia habían tenido que dejar atrás Ghana, debido a la trata de esclavos, que, a su vez en 2019, también se conmemoraba el 400 aniversario.

Ambas iniciativas buscan que el regreso se vea como negocio, pero para ello es necesario que la historia de la trata de esclavos se convierta en un producto que ellos puedan consumir.

De esta forma, los descendientes de esos esclavos del pasado se convierten hoy en los turistas y peregrinos del presente, y para ellos simboliza ese “regreso” a su patrimonio, ya que muchos de ellos siempre han considerado África como su patria, y la llevan con orgullo y dignidad (Asaa, 2019).

Con el fomento de esta tipología de turismo por parte del gobierno ghanés, es no solo atraer no solo turistas que vengan a conocer sus raíces, sino que a su vez dejen el legado de sus antepasados contando sus historias a todo aquel que quiera conocerlas.

4) TURISMO DE NEGOCIO

El turismo de negocios surge como consecuencia de sus virtudes (democracia, estabilidad, cierta facilidad para hacer negocios y previsiones de crecimiento económico).

Ghana se está posicionando como un centro de interés regional para las convenciones y recibe a bastantes viajeros de negocios, hasta tal punto que varias cadenas internacionales están construyendo o tienen abiertos hoteles en la capital (actualmente operan en Accra Best Western, Holiday Inn, Mövenpick o Kempinski).

En 2018 abrió Marriot y en 2019 ha comenzado la construcción del nuevo hotel de la cadena Accor, un hotel que operará bajo la firma Pullman, y otro de la cadena Hilton. Aún hay cabida para más hoteles en Accra y, desde luego, lo hay en Takoradi (Oficina económica y comercial de España en Accra, 2017).

5) TURISMO SOLIDARIO

El turismo solidario, también denominado como responsable o sostenible, gana cada vez más seguidores entre los que quieren viajar de una manera diferente con los valores de sostenibilidad, responsabilidad, justicia y equidad en las maletas.

Este tipo de turismo promueve la interacción con la población local, respeto hacia el medioambiente y la participación en actividades de cooperación al desarrollo como manera de conocer nuevas realidades y sensibilizar a los grupos de visitantes.



*Ilustración 8: Turismo solidario
Fuente: viajeros-solidarios*

Cada vez son más las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) e incluso agencias de viajes que organizan este tipo de viajes y utilizan esta vía como su principal fuente de recaudación de fondos. Ofrecen a sus voluntarios y colaboradores desplazarse a un terreno de trabajo y comprobar de primera mano las acciones que allí llevan a cabo.

Cooperatour y Viajeros Solidarios son algunas de las organizaciones que ofrecen turismo solidario en España. Entre sus objetivos encontramos la sensibilización y la conciencia social y la mejora de las oportunidades de desarrollo de las comunidades empobrecidas (Caballero E., 2017).

Otras organizaciones recomendadas por Casa África para voluntariado en Ghana son: Dream África Care foundation, Solidarity África Practical Projects y uVolunteer (Casa África, s.f.).

Según Ousman Umar, nativo de Ghana, y creador de la NASCO Foundation, la gente empieza a romper el tabú de África visto como un continente peligroso.

A través de la NASCO Foundation se impulsa una serie de proyectos en Ghana con el objetivo de una mejora en la educación en su país (Edición España, 2018).

4.2.2 MARCO NORMATIVO DEL TURISMO

La política de turismo y las regulaciones que se implementan para hacer cumplir la política son los principales instrumentos de desarrollo y gestión a disposición del gobierno para asegurar que el turismo se desarrolla y opera de manera sostenible. Además de proporcionar los medios para dirigir, gestionar y regular el sector y guiar las actividades de los interesados en el país.

Esta sección describe los instrumentos que existen en Ghana.

1) LA POLITICA NACIONAL DE TURISMO 2006

Se formuló una Política Nacional de Turismo integral en estrecha consulta con partes interesadas durante un período de dos años, de 2004 a 2006.

La política se guía por los principios de la Estrategia de crecimiento y reducción de la pobreza de Ghana (2006-2009), la Nueva Alianza para el Desarrollo de África (NEPAD) y el Tratado Revisado de la Comunidad Económica de los Estados del África Occidental (CEDEAO).

El énfasis se pone en el crecimiento liderado por el sector privado, el alto nivel de asociación público-privada y prestación de servicios gubernamentales, además del ambiente apropiado para atraer inversiones y compromiso del sector privado.

Los temas y objetivos propuestos en el documento de política para impulsar el trabajo del Ministerio de Turismo y sus agencias ejecutoras son:

- *Desarrollo de productos.*
- *Gestión y protección de recursos turísticos.*
- *Calidad y estándares.*
- *Comercialización y promoción.*
- *Inversión turística.*
- *Desarrollo de recursos humanos.*

- *Educación y sensibilización turística.*
- *Seguridad, protección y privacidad.*
- *Cooperación regional e internacional.*
- *Sistemas de información de investigación y gestión del turismo.*

El documento de política recomienda una estrategia y plan de implementación, una estrategia de comunicación y una estrategia de monitoreo y evaluación para una efectividad implementación de la Política Nacional de Turismo.

Sin embargo, la Política Nacional de Turismo necesita ser actualizada, la situación en Ghana ha evolucionado, y los organismos administrativos públicos del sector turístico fueron reestructurados cuando entró en vigor la Ley de Turismo 817, de esta forma surge una necesidad de actualizar ciertas secciones de la política para reflejar los cambios (Government Of Republic Of Ghana, 2012).

2) LEY DE TURISMO 817 DE 2011

Faculta al sector turístico para apoyar el desarrollo de la industria y para asegurar la calidad de los servicios que presta y establecer, Ghana Tourism Authority (GTA) para regular la industria del turismo, fue aprobada por el parlamento el 16 de mayo de 2011 (Government Of Republic Of Ghana, 2012).

La ley dota a la gestión del sector con varios poderes nuevos:

GTA como el organismo regulador del turismo para promover el desarrollo sostenible de la industria del turismo a nivel internacional y dentro del país y define las funciones de la GTA.

Fondo de Desarrollo Turístico, proporcionar fondos para el turismo y detallar las fuentes del fondo.

GTA responsable de registrar y otorgar licencias de turismo.

Foro de Asociación Público-Privada para alentar las asociaciones entre los sectores para promover oportunidades de desarrollo turístico

Faculta al Ministerio para designar sitios que han sido identificados como sitios turísticos y establecer sus estándares y actividades de control. Así como hacer regulaciones de áreas como, desarrollo y gestión de turismo, registro y licencias y clasificación de hoteles.

Con respecto al fondo de desarrollo turístico, su establecimiento es uno de los artículos más importantes de la Ley de Turismo de 2011, permite a la GTA y un representante del Controlador de la cuenta General administrar los ingresos de: el capital propio del gobierno, impuesto del 1% por un patrocinador de una empresa turística, donaciones y subvenciones y fondos conseguidos por proyectos.

La aprobación de la Ley de Turismo 817 en 2011 es un paso muy importante para el desarrollo de turismo en Ghana. Dota al sector con cierto grado de independencia financiera y garantiza un seguimiento y control más estrecho de calidad de

establecimientos y servicios turísticos en Ghana. El Foro de Asociación Público-Privada debería proporcionar una plataforma para explorar oportunidades conjuntas de desarrollo turístico y fortalecer las relaciones entre los sectores público y privado.

El Ministerio tiene el poder de designar sitios turísticos y establecer estándares para el sitio, en consultas con el organismo, las instituciones y la propiedad apropiados propietarios Las actividades pueden controlarse y, si es necesario, prohibirse en estos sitios designados (Government Of Republic Of Ghana, 2012).

Sin embargo, hay algunas debilidades en la Ley que podrían abordarse en una enmienda. De esta forma, para mejorar el arco normativo se propone en el Plan de Desarrollo Turístico:

- Poner en común interés en el sector turístico para la actualización y adaptación de la actual política de turismo.
- Iniciar una campaña de relaciones públicas dirigida a funcionarios gubernamentales de alto nivel y personas de influencia en Ghana para explicar el valor del sector turístico.
- Contratar una gestión en relaciones públicas para llevar a cabo la tarea de exposición en los medios; difundir los mensajes de la conferencia; crear una presencia en línea y un legado duradero.
- Revisión de la redacción de la Ley de Turismo 817 para garantizar que todas las funciones de la GTA estén claramente redactadas.
- Involucrar al sector privado en la regulación y supervisión del sector.
- Repensar la recaudación de impuestos para que su recaudación sea rentable y eficiente.

4.2.3 PLAN DE MARKETING DE GHANA

La marca de Ghana intenta transmitir una promesa sobre la naturaleza, la esencia y la satisfacción emocional que aporta el destino. Debe quedar claro que el objetivo se centra en estimular la demanda turística en el ámbito nacional e internacional.

Está claro que Ghana es un destino turístico desconocido, basándonos en los comentarios de los operadores turísticos, la marca tiene que transmitir que Ghana es un destino seguro y de fácil acceso donde los visitantes pueden tener una auténtica experiencia africana explorando su patrimonio cultural y natural.

La satisfacción ofrecida a los viajeros que visitan Ghana da una dimensión poderosa a la marca para aquellos viajeros que desean escapar de las tensiones, preocupaciones de seguridad, presiones económicas, ritmo acelerado de sus ciudades, y de esta forma experimentar una cultura y naturaleza únicas y auténticas, descubrir y disfrutar de un ritmo

y estilo de vida diferente e inspirador y experimentar tradiciones y naturaleza africanas únicas, todo en un lugar seguro y un ambiente estable.

Para potenciar esta marca, Ghana lleva a cabo una campaña de promoción para promover y establecer su imagen de marca. Tres características de destino son clave para la identidad de la marca de Ghana: Energética (colorido, multifacético, optimista, jovial, amante del deporte), abierta (seguro, confiable, humanitario, generoso, fácil de explorar) y auténtica (cultural, conservación, tradicional, responsable, indígena, sostenible).

De esta forma, el slogan (en castellano) que se determinó para Ghana turística es: “Ghana: compartiendo nuestro ritmo”.

El marketing centrado en el consumidor puede ser muy costoso e ineficaz a menos que este adecuadamente dirigido al público correcto. El sector de empresas turísticas debe responder positivamente al creciente interés del consumidor en Ghana, diseñando y ofreciendo programas turísticos atractivos. Este objetivo podría cumplirse mediante publicidad en medios especializados, tomas de correo directo, sitio web y redes sociales y mediante la distribución de folletos. La principal responsabilidad recae sobre el GTA.

Ejemplos para lanzar una campaña de relaciones públicas: utilizando comunicados de prensa, sesiones informativas, viajes de familiarización (fam tours), patrocinios de celebridades (por ejemplo, futbolistas) y publicidad en eventos como ferias.

Algunas ferias donde es recomendado ir son: World Travel Market (Reino Unido), Internationale Tourismus-Börse (Alemania), Espectáculo internacional de aventura y deportes al aire libre (EE. UU) ...

Para reforzar el marketing de destino, es recomendable realizar:

- Folleto de información de destino.
- Carpeta de Shell: Puede ser realizado en forma electrónica y utilizado a su vez en las redes sociales.
- Carteles de sitios, actividades y eventos que den atractivo visual.
- Folleto de Stay Another Day in Ghana, su propósito es extender la duración de la estancia de los turistas que ya vienen a Ghana, por ejemplo, promover pueblos artesanales (artesanías, entretenimiento nocturno, bocadillos) e iniciativas apoyadas por ONG en todo el país.
- Videos que representen a Ghana. Estos videos pueden ser reforzados siendo promocionados por las diferentes redes sociales del destino y publicados en la página web.

Los medios de comunicación de los que se sirve Ghana son las redes sociales más importantes y de uso gratuito. Redes que podrían ayudar al sector privado a comercializar sus negocios en línea y distinguirse de los competidores: YouTube, TripAdvisor y Google Maps (The Government of the Republic of Ghana, 2012).

A través de la página oficial de <https://www.ghana.travel/>, dirigida por GTA y formando parte de ella sectores privados de alojamiento o empresas de actividades, sin embargo la página oficial de turismo es <https://visitghana.com>.

A través de estas páginas se puede conocer Ghana, y acceder directamente a sus redes sociales oficiales de GTA, por ejemplo, Facebook la cual esta verificada con el usuario @ghanatourismauthority, actualmente le siguen alrededor de 27 mil personas y tiene unos 25 mil likes. El contenido que ofrece es diverso, desde fotos y videos hasta noticias, pero la mayoría de ellos mostrando la esencia de Ghana, y fomentando la curiosidad e interés en el territorio.



Ilustración 9: Facebook

Por otro lado, en Instagram, el usuario es el mismo que en Facebook, ambas redes tienen un usuario común. En Instagram tienen 12,5 k de seguidores, siendo así una cuenta verificada y oficial, y tiene un total de 1.136 publicaciones, una media de 2 publicaciones por día, la mayoría del contenido en estas últimas publicaciones son del virus COVID-19 y la importancia de quedarse en casa. En otros momentos, son videos promocionando Ghana y sus lugares más llamativos, así como su cultura llena de energía y positividad. Sin embargo, Twitter, tiene publicaciones más informativas, lo llevan usando desde 2011, su usuario es @ghanatourismGTA y no es hoy



Ilustración 10: Twitter

en día, una cuenta verificada. De las 3 redes sociales, Twitter es la que menos seguidores tiene, teniendo únicamente 6.647, y menos de 1000 publicaciones. Twitter debería de tener

el mismo usuario que Facebook e Instagram, y de esta forma dar mayor imagen unificada y consolidada.

Además, el perfil de YouTube le da potencia a la marca turística de Ghana, mostrando



Ilustración 11: *Instagram*

videos de los diferentes destinos que pueden ser visitados y las actividades que se han realizado o están próximas a llegar, además en el perfil de YouTube se puede ver el [último video creado para el 2020 como el año del retorno](#)⁹.

Ghana también dispone de un perfil de Flickr, donde únicamente tiene 42 seguidores, pero más de 4 mil publicaciones, esta red social está poco potenciada.

El hecho de que haya dos páginas oficiales sobre turismo da a confusión pues en realidad solo debería haber una, a la cual recurriesen todas empresas y sectores interesados en Ghana. Quieren llevar a cabo según las iniciativas propuestas en el Plan de Desarrollo Turístico de Ghana, una sola página con características específicas, sin embargo, aún están ello.

El diseño del sitio web debe adoptar la estrategia de marca usando, un planificador de ruta interactivo, eventos próximos, ser un lugar que te informe sobre Ghana así como un libro pero de manera más interactiva y un recopilatorio de contactos de empresas dedicadas al turismo, añadir un apartado de visitas virtuales y videos en el sitio web oficial, y este a su vez tener enlaces directos a los perfiles de redes sociales, medios de comunicación donde se publiquen noticias de Ghana de actividades, nuevos avances...

Además, el Plan de Desarrollo de Turismo recomienda que el GTA desarrolle una sección específica para el comercio de viajes y los medios en el sitio web. De esta forma, Ghana podría gestionar mejor su marca identidad, valores y mensajes. Y este contenido, darlo en diversos idiomas no solo en inglés (The Government of the Republic of Ghana, 2012).

⁹ Hipervínculo adjunto al video promocional de Ghana 2020:
<https://www.youtube.com/watch?v=z9zuWgLA3QU>

5. CONCLUSIONES

En este trabajo he querido realizar un análisis transversal de un país de África, Ghana. De esta forma, cada apartado y subapartado del trabajo ha sido enfocado en función a diversos contenidos de las asignaturas del grado de Turismo.

Con respecto a África podríamos decir que presenta problemas estructurales como son unas infraestructuras inadecuadas, niveles bajos de productividad, escasa industrialización o habilidades laborales ineficientes, y que constituyen el primer motivo de sus bajos niveles de competitividad internacional, su crecimiento económico lento y dificultades para aprovechar las oportunidades de un mercado global. Sin embargo, al mismo tiempo, África se define como el continente de las oportunidades y, sobre todo, la región de África subsahariana por presentar un panorama económico favorable en los últimos años, lo que pone de manifiesto el potencial de crecimiento de la región.

En este sentido destaca especialmente Ghana, ya que cuenta con una serie de retos económicos como son los altos niveles de deuda o de inflación, así como problemas heredados de carácter estructural como son la baja productividad del sector agrícola, la escasa industrialización, la falta de innovación o la desigualdad generalizada. Sin embargo, su estabilidad política y carácter democrático, su compromiso internacional por la defensa de la paz y los derechos humanos, su rol activo en materia de política exterior o la evolución positiva y pronóstico favorable de sus resultados macroeconómicos, convierten a Ghana en un país de referencia en el continente, y con futuro en el sector turístico.

Sin embargo, a pesar de ser un país de referencia en el continente, Ghana no es uno de los países más turísticos de África, ni con un plan turístico consolidado aunque si redactado y aplicándose dentro de la medida de lo posible, en contraposición, tal y como hemos analizado en este trabajo, destacan otros países como Sudáfrica, Botsuana, Ruanda o Kenia como países que han trazado ya planes estratégicos para desarrollar sus sectores turísticos y los están aplicando y desarrollando, a su vez, subrayar la importancia de apostar también por el turismo intercontinental, y darle fuerza a esta industria.

Poniendo especial atención a Ghana como destino turístico, podemos afirmar que este país se percibe como menos corrupto que el resto de los países de África subsahariana y se presenta como más competitivo a nivel turístico de la región, situándolo por encima del resto en cuanto a su capacidad para mejorar su productividad, generar crecimiento económico y atraer inversión. En términos de competitividad destaca por unas instituciones públicas sólidas y por una mayor apertura comercial que el resto, lo que, junto con una emergente y cada vez más fuerte cultura emprendedora y facilidades de acceso a la financiación, convierte a Ghana en una vía de acceso preferente para los negocios internacionales.

Con todo ello, Ghana es y se siente diferente. El Gobierno de Nana Akufo-Addo ha demostrado su intención de convertir al país en el centro para los negocios, y la vía de entrada a empresas extranjeras en África occidental. A fin de conseguir estos objetivos, y pese al gran progreso que ha hecho el país en aspectos que afectan a la competitividad y el crecimiento económico, todavía es necesario que Ghana haga frente a sus problemas estructurales. Para ello, se requieren cambios también de carácter estructural que se

enfoquen en la diversificación de la producción, la industrialización centrada sobre todo en el fomento de la productividad agrícola, en la mejora de la eficiencia de sus infraestructuras que incentiven el comercio marítimo y terrestre, y en el incremento de la afluencia de turistas en el medio plazo.

Para la mejora de esta afluencia turística, se ha ideado un Plan de Desarrollo Turístico, en el cual se quiere mejorar muchas de las instituciones que componen este sector tanto a nivel institucional como normativo, y a su vez, mejorar la marca país de Ghana que transmite una Ghana competitiva, por encima del promedio regional; una Ghana referente económico por sus buenos pronósticos de crecimiento y como productor y exportador mundial de cacao y petróleo; una Ghana que es referente político regional por su estabilidad, sus buenos niveles de gobernanza e instituciones públicas y por su carácter democrático; una Ghana emprendedora que facilita la apertura de negocios y sus actividades, foco empresarial y vía de acceso preferente al continente de las oportunidades.

Para finalizar y una vez expuesta tanto la parte positiva como la parte a mejorar, quería añadir que con este trabajo he podido conocer otro destino del cual apenas tenía información en cuanto a sus recursos turísticos y riquezas naturales. He podido descubrir un poco más de su cultura y entender por todos los conflictos que ha vivido y que lo ha marcado a lo largo de su historia. Antes de la realización de este trabajo mi pensamiento era igual que el de muchos, Ghana un destino inseguro y sin recursos, pero esta percepción ha variado tras finalizar este trabajo, y lo que veo es un país maravilloso lleno de lugares mágicos que se encuentran ahí, esperando ser explorados y admirados por muchos.

Bibliografía

- AFP, K. (. (12 de 07 de 2017). *LA VANGUARDIA*. Obtenido de
<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20170712/424071824244/ghana-destino-surf.html>
- Aldekoa, X. (3 de 11 de 2019). *LA VANGUARDIA*. Obtenido de
<https://www.lavanguardia.com/vida/20191103/471339801655/el-boom-del-turismo-en-africa.html>
- Asaa, R. A. (09 de Octubre de 2019). *THE CONVERSATION*. Obtenido de
<https://theconversation.com/2019-el-ano-del-regreso-a-ghana-viajeros-turistas-o-peregrinos-124030>
- Authority, G. T. (2011). *Ghana Tourism Authority*. Obtenido de <https://www.ghana.travel/>
- Caballero, C. (13 de 02 de 2019). *EL PAÍS*. Obtenido de
https://elpais.com/elpais/2019/02/04/africa_no_es_un_pais/1549268029_918695.html
- Caballero, E. (09 de 01 de 2017). *EL DIARIO*. Obtenido de
https://www.eldiario.es/viajes/guias_y_consejos/Turismo-solidario-fenomeno-sostenible-paternalista_0_599840188.html
- Casa África. (s.f.). *Casa África*. Obtenido de http://www.casafrica.es/voluntariado_800.jsp
- Centro de recursos africanistas. (s.f.). *CREA*. Obtenido de <http://www.crea-africa.org/conoce-africa/paises/?pais=Ghana&content=Historia>
- Coll, G. S. (03 de 04 de 2017). *EL PAÍS*. Obtenido de
https://elpais.com/elpais/2017/03/30/planeta_futuro/1490889681_256546.html
- Costa Sur. (s.f.). *Costa Sur*. Obtenido de <https://africa.costasur.com/>
- Edición España. (11 de Abril de 2018). *Hosteltur*. Obtenido de
https://www.hosteltur.com/127760_romper-tabu-africa-reto-turismo-solidario.html
- EEFE. (06 de DICIEMBRE de 2016). *Datos básicos y evolución política de Ghana*. Obtenido de
<https://www.lavanguardia.com/politica/20161206/412435556262/datos-basicos-y-evolucion-politica-de-ghana.html>
- Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Accra. (FEBRERO de 2019).
Obtenido de <https://www.icex.es/icex/>
- Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Accra. (Junio de 2019). *Informe Económico y Comercial*. Obtenido de <http://www.comercio.gob.es/>
- Europa Press. (08 de febrero de 2018). Obtenido de
<https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-kenia-recibe-147-millones-turistas-ingresa-20-mas-2017-20180208191315.html>

- EXPANSIÓN. (2018). *EXPANSIÓN*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>
- Gerosa, G. (2008). *Africa*. Planeta S.A.
- Ghana Museums and Monuments Board. (2017). *Ghana Museums and Monuments Board*. Obtenido de <http://www.ghanamuseums.org/>
- Ghana Tourism Authority . (2011). *Ghana Tourism Authority* . Obtenido de <http://www.ghana.travel/places-to-visit/castles-and-forts/>
- Gobierno de Canarias. (2017). *Informe Coyuntura 3º cuatrimestre Ghana*. Obtenido de https://www.gobiernodecanarias.org/ece/dgaea/galerias/doc/informescoyuntura/2017/3C/Ghana_3C_17.pdf
- Goverment of the Republic of Ghana. (2012). *National Tourism Development Plan (2013-2027)*. Obtenido de <https://www.ghana.travel/wp-content/uploads/2016/11/Ghana-Tourism-Development-Plan.pdf>
- Government Of Republic Of Ghana. (2012). *National Tourism Development Plan (2013-2027)*. Obtenido de <https://www.ghana.travel/wp-content/uploads/2016/11/Ghana-Tourism-Development-Plan.pdf>
- Hoz, C. D. (10 de Agosto de 2012). *HISTORIA DE ÁFRICA*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/NINADLAHOZ/historia-y-geografia-de-africa>
- ICEX. (2019). *Ghana*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/index.html?idPais=GH>
- Ideas para Viajar. (11 de febrero de 2016). *Etiopía quiere convertirse en destino turístico*. Obtenido de <https://ideasparaviajar.es/etiopia-quiere-convertirse-en-destino-turistico/>
- Kenia, el poder de la estrategia. (09 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://www.tendencias.kpmg.es/2016/08/kenia-el-poder-de-la-estrategia/>
- Machado, L. H. (12 de MAYO de 2012). *EL PAÍS*. Obtenido de https://elpais.com/internacional/2012/05/18/actualidad/1337352742_564229.html
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (08 de 04 de 2013). *Embajada de España en Accra*. Obtenido de <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/ACCRA/es/VivirEnGhana/Paginas/Seguridad.aspx>
- Montagut, E. (28 de mayo de 2016). *Nuevatribuna.es*. Obtenido de <https://www.nuevatribuna.es/articulo/historia/reparto-africa/20160528113704128743.html>
- Naciones Unidas. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/africa/index.html>
- Oficina de Información Diplomática. (2019). *Ficha País Ghana*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/GHANA_FICHA%20PAIS.pdf

Oficina Económica y Comercial. (2016). *INFORME ECONÓMICO Y COMERCIAL*. Obtenido de
<http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/5B4A346AEE0417C4891AF7F0585102AB.pdf>

Oficina Económica y Comercial. (2018). *Informe Económico y Comercial*. Obtenido de
<http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/34158751C60EFFB6E497065B7B84CEC9.pdf>

Oficina económica y comercial de España en Accra. (2017). *Informe económico y comercial*.
Obtenido de
<http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/71A3DE9F1FD4A199E6B3E4E98D463E24.pdf>

Oficina Económica y comercial de España en Accra. (2019). *Informe económico y comercial*.
Obtenido de
<http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/6E3CC717ABF4B76851C5A626D439E37C.pdf>

Red de Oficinas económicas y comerciales de España en el Exterior. (Junio de 2019). Obtenido de <https://www.icex.es/>

Rico, J. (29 de 07 de 2008). *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/economia-global/363526-economia-africana>

The Government of the Republic of Ghana. (2012). *NATIONAL TOURISM DEVELOPMENT PLAN*.
Obtenido de <https://www.ghana.travel/wp-content/uploads/2016/11/Ghana-Tourism-Development-Plan.pdf>

Vasco, D. d. (s.f.). *Hiru.eus*. Obtenido de <https://www.hiru.eus/es/geografia/africa-economia-y-politica>

WTO. (s.f.). *WTO*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s324-03_s.pdf