

CÉSAR GARCÍA ANDRÉS
PABLO ARCONADA LEDESMA

ROSALÍA LÓPEZ FERNÁNDEZ
JOSÉ MANUEL MAROTO BLANCO



ÁFRICA EN LA GLOBALIDAD

ESTUDIOS SOBRE LAS
REALIDADES AFRICANAS
EN EL SIGLO XXI

Universidad de Valladolid

África en la globalidad
Estudios sobre las realidades africanas en
el siglo XXI

CÉSAR GARCÍA ANDRÉS
PABLO ARCONADA LEDESMA
ROSALÍA LÓPEZ FERNÁNDEZ
JOSÉ MANUEL MAROTO BLANCO

(Editores)

África en la globalidad

Estudios sobre las realidades africanas en el siglo XXI



EDICIONES
Universidad
Valladolid





Reconocimiento–NoComercial–SinObraDerivada (CC BY-NC-ND)

Los Autores. 2024

Maquetación Ediciones Universidad de Valladolid

ISBN: 978-84-1320-289-1

Nos quedamos callados un rato., allí parados,
altos porque la montaña nos hacía altos

NOVIOLET BULAWAYO, *Necesitamos nombres nuevos.*

ÍNDICE

EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DE COSTA DE MARFIL: RETOS Y PERSPECTIVAS	13
ALGUNOS DISCURSOS ORIENTALISTAS SOBRE LA OTREDAD ÁRABE-ISLÁMICA EN LA LITERATURA ARGENTINA: EL CASO PARADIGMÁTICO DE JORGE LUIS BORGES	31
IMPACTO DEL COMERCIO ESCLAVISTA Y LA VENTA DE ARMAS EN EL AUMENTO DE LA VIOLENCIA INTER-AFRICANA: EL CASO DE ÁFRICA OCCIDENTAL DURANTE LA EDAD MODERNA	45
MOVIMIENTOS ANTIRRACISTAS UNIVERSITARIOS: LA NECESIDAD DE ACTUACIÓN COMENZANDO POR LA UNIVERSIDAD	63
UNA APROXIMACIÓN AL DERECHO HUMANO DE ACCESO A LA JUSTICIA A TRAVÉS DE LOS MECANISMOS ALTERNATIVOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS QUE AFECTAN A LOS DERECHOS DE LA INFANCIA EN CABO VERDE	85
ENTRE AUTOBIOGRAFÍAS Y AUTOFICCIONES, NUEVAS VOCES DE LA LITERATURA CONFIDENCIAL DE TÁNGER	99
VOCES AFRICANAS: LITERATURA AUTOBIOGRÁFICA Y MILITANCIA FEMINISTA Y EN MARRUECOS	109
DESERTIFICACIÓN EN SENEGAL: UN ANÁLISIS DESDE LA AGRICULTURA COLONIAL Y LA ACCIÓN ACTUAL	121
GEOPOLÍTICA DEL COMBATE AL NARCOTRÁFICO Y AL TERRORISMO: GUERRA LARVADA Y POSICIONAMIENTO GEOESTRATÉGICO EN EL ESCENARIO INTERNACIONAL	135
CONTINUIDADES Y DISCONTINUIDADES EN EL CONFLICTO DEL SÁHARA OCCIDENTAL. UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICA	147
REGIME JURÍDICO DE INVERSIONES EXTERNAS EN CABO VERDE E NOS ESTADOS DA CEDEAO	161

TRABAJO DECENTE PARA EL DESARROLLO EN ÁFRICA: HACIA EL PLENOCUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS LABORALES FUNDAMENTALES	187
«OTRA VEZ LA ÚNICA NEGRA»: EXPERIENCIAS DE DISCRIMINACIÓN Y RACISMO EN LA CIUDAD DE GRANADA	199
FIESTAS Y TRADICIONES MARFILEÑAS EN LOS MANUALES DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA EN COSTA DE MARFIL	212

PRÓLOGO

Desde hace años, las nuevas generaciones de investigadoras/es en nuestro país han abierto numerosos campos de investigación en las disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales. En ese ámbito, África sigue siendo el ejemplo paradigmático. La consolidación de grupos de investigación fundados por los “pioneros” en los Estudios Africanos, a los que se suman los investigadores nóveles, como el Grupo de Estudios de la Universidad Autónoma de Madrid o el Grupo de Estudios de las Sociedades Africanas en Cataluña, y la creación de nuevos equipos en varias universidades como el Observatorio de Estudios Africanos de la Universidad de Valladolid, permiten la formación y desarrollo de estos nuevos campos de estudio.

En todo este proceso de cambio, los espacios académicos para los jóvenes siguen siendo muy necesarios: jornadas, seminarios, congresos y otras actividades permiten no sólo ir formándose en este ámbito, sino desarrollar redes entre los recién iniciados, creando una comunidad muy necesaria, no sólo para la pervivencia de los Estudios Africanos, sino para innovar, diversificar, revisar y mejorar nuestra disciplina. Así, iniciativas como el Congreso Internacional de Jóvenes Investigadoras/es sobre África (CIJIA), que ya va por su tercera edición, demuestran ser un pilar esencial.

Sin embargo, el espacio para la investigación y el *feedback* entre los nóveles no sirve por sí solo: apostar por la publicación de sus estudios supone un reconocimiento al esfuerzo y permite generar plataformas para la difusión del conocimiento y que ellos mismos puedan participar de los debates académicos. De este modo, la apuesta del Observatorio de Estudios Africanos y el servicio de Ediciones de la Universidad de Valladolid por las generaciones más jóvenes debe tenerse en cuenta y ponerse en valor.

La obra que tienen en sus manos es fruto del trabajo de una muestra de esos jóvenes que, en pleno estadio de formación, ponen sobre la mesa nuevos ámbitos de estudio, no sólo por países, sino también en la diversidad de publicaciones que están presentes. En esta obra colectiva, editada por César García Andrés, Pablo Arconada Ledesma, Rosalía López Fernández y José Manuel Maroto Blanco, encontrarán novedosas investigaciones sobre economía y turismo, estudios de literatura, seguridad y conflictos, estudios en torno al racismo y una representación de investigaciones jurídicas.

Esperando que el lector encuentre interesante este libro, cuando se aproxime a estos estudios le invito a que lo haga de forma crítica, pero también lo haga con la confianza de saber que los Estudios Africanos parecen tener un futuro muy prometedor.

En Valladolid, a 22 de marzo de 2024,

Jara Cuadrado Bolaños
Subdirectora del Observatorio de Estudios Africanos

EL TURISMO EN LA ECONOMÍA DE COSTA DE MARFIL: RETOS Y PERSPECTIVAS

Kouassi Noguès Kouassi

Universidad Politécnica de San Pedro (Costa de Marfil)

Kouassi.nogues@usp.edu.ci

Kouassi Joseph Konan

Universidad Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo (Costa de Marfil)

konandebeoumi@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

Motor de crecimiento, impulsor del desarrollo económico, motor de cambios sociales, ámbito de intercambios interculturales, etc. son algunos de los términos utilizados para describir los beneficios del turismo. Fenómeno social y actividad económica, el turismo es desde hace décadas una realidad asumida (Vega y Vivas, 2007; Hillali, 2011). Se configura como uno de los principales sectores económicos a nivel internacional, siendo objeto de diversos estudios. Antes de la pandemia de la COVID-19, el turismo experimentó un continuo crecimiento en el que, los viajes y el nivel de gastos turísticos aumentaron, la competencia entre regiones se incrementó, se observó un mayor conocimiento de los efectos sociales y económicos que lo posicionaron como un sector dinamizador.

De hecho, la OMT (2020) afirma que 2019 fue el décimo año consecutivo de continuo crecimiento del turismo internacional. Según la misma fuente, el turismo representó para este mismo periodo la tercera mayor categoría de exportación del mundo después de los combustibles y productos químicos, y por delante de los productos

automotrices y los alimentos. Investigadores como Mogrovejo-Andrade, Herrera-Martínez, Maldonado-Niño y García-Torres (2019), Hillali, (2011), Guterres, (2020), OMT (2019), García (2020), Alcántara (2017), Chérrez-Bahamonde, et. Al. (2021), Boujrouf, (2011) coinciden en que el turismo constituye un verdadero motor de desarrollo, del mismo modo que la industria pesada lo fue para Europa en el siglo XIX. Además, es una importante estrategia que permite a países afrontar crisis, mantener y mejorar la economía al mismo tiempo que favorece la creación de empleos y la reducción de la pobreza.

Costa de Marfil, país del África Subsahariana consiguió su independencia de Francia en 1960 con una política económica orientada hacia la agricultura de exportación con el café y el cacao como productos estrella. Política que le permitió vivir unos años de prosperidad económica conocida como *le Miracle Ivoirien*¹ de 1960-1980 (Konan, 2012). A raíz de la crisis económica mundial de los 80, cayeron en los mercados internacionales los precios de sus materias primas. Como intento de solución para diversificar el sistema productivo del país, las autoridades de aquel entonces manifestaron el interés de desarrollar el sector del turismo (Aphing-Kouassi, 2001).

Ahora bien, por la falta de experiencia en materia de turismo, y, sobre todo las características de país en vía de desarrollo que conllevan la falta de infraestructuras adecuadas, esta no fue más que una intención, y el turismo no llegó a posicionarse ni en la economía ni en la conciencia colectiva de los marfileños como actividad generadora de recursos capaz de acompañar la agricultura.

Desde 2012, y, mediante los Planes Nacionales de Desarrollo (PND), el actual gobierno marfileño apostó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional. El turismo fue declarado eje estratégico de las políticas de diversificación económicas del Estado y se propone la formulación de políticas integrales e intersectoriales y la movilización de recursos de varias instancias estatales en coordinación con el sector privado y otras organizaciones de la sociedad civil. Esta voluntad manifestada del gobierno dio lugar a la configuración de dos planes estratégicos de turismo entre 2012 y 2019. Como resultado, 2019 fue el año con mayor crecimiento turístico en el país.

Si bien es cierto que existen cada vez más investigadores que se interesan por estudiar el turismo de Costa de Marfil, muy pocos se han centrado en analizar cómo esta

¹ El término *Miracle Ivoirien* o Milagro Marfileño corresponde a un periodo de prosperidad económica que conoció Costa de Marfil desde su independencia en 1960 hasta 1980, caracterizado por un crecimiento anual medio del PIB cercano a los 8%. El país se convirtió durante la década de 1970, en un país de Ingresos Medios y disfrutó del nivel de vida más alto de África occidental. Este crecimiento es impulsado por el sector primario a través de la explotación de café, cacao y madera. Durante el mismo periodo, estos principales productos (café, cacao) constituyeron el 82% de las exportaciones en 1965 y el 74% en 1972. (Véase Programme des Nations Unies pour le Développement (2004): Cohésion sociale et reconstruction sociale, rapport national sur le Développement humain en Côte d'Ivoire, PNUD) https://planipolis.iiep.unesco.org/sites/default/files/ressources/cote_ivoire_hdr_2004.pdf

actividad ha venido cobrando importancia en la economía del país. El presente trabajo pretende estudiar la evolución del turismo en la economía de Costa de Marfil. Partimos de una presentación general de la importancia que tiene el turismo a nivel internacional en cuanto a creación de empleos y generación de divisas. Luego se analizan de forma sintética las circunstancias en las que se implantó el turismo en Costa de Marfil, así como la evolución de las llegadas y la incidencia en el PIB antes de 2012. Se reflexiona a continuación sobre su aportación en el PIB a partir de 2012, antes de estudiar tanto los retos como las perspectivas de futuro del turismo marfileño. El trabajo termina con unas reflexiones finales donde se recogen las principales conclusiones que se desprenden del estudio.

2. METODOLOGÍA

La presente investigación es un estudio para conocer la evolución y el impacto del sector turístico en el PIB del país. Se ha realizado esencialmente a base de una recolección de datos tanto primarios como secundarios. Se han consultado trabajos generales sobre el impacto del turismo en la economía para una mejor comprensión del tema. También se han utilizado datos de trabajos sobre turismo de Costa de Marfil, periódicos locales, datos del Ministerio de Turismo y Ocio de Costa de Marfil y organismos internacionales especializados en turismo. A ello se añade una serie de entrevistas realizadas a responsables locales del sector del turismo.

3. RESULTADOS

3. 1. El turismo en Costa de Marfil

Costa de Marfil es un país del África Subsahariana. Tiene fronteras terrestres en el norte con Malí y Burkina Faso, en el oeste con Guinea Conakry y Liberia, en el este con Ghana. Tiene una amplia apertura sobre el mar con el Golfo de Guinea, que constituye su frontera sur de más de 500 km (véase mapa 1). El país tiene una superficie de 322.462 km² con una población estimada de 29.389.150 habitantes (INS, censo 2021) de los que la población joven se estima en el 55,1% con una edad media de 20,3 años (The World Factbook, 2023).

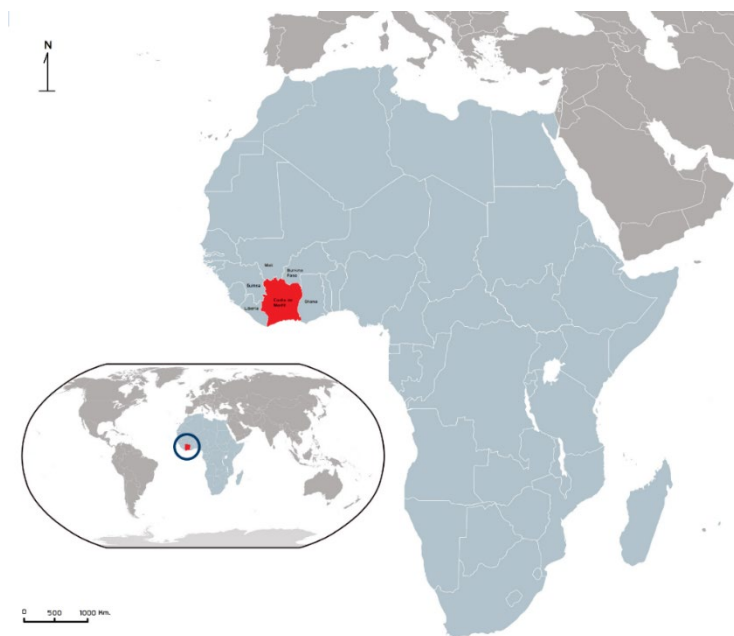


Imagen 1. Situación geográfica de Costa de Marfil en el mundo y en África

La década 1950-1960 fue muy determinante para África en general y África Subsahariana en particular, puesto que marca la independencia de la mayoría de los países (Dignat, 2022). Las políticas económicas de dichos países se orientaron principalmente hacia el desarrollo de la agricultura como principal fuente de ingresos. No obstante, el crecimiento demográfico del continente, la recesión en la mayoría de los casos de los precios de las materias primas, entre otros factores, favorecieron el desarrollo de políticas de diversificación económica. En este contexto general, el turismo fue integrado en las políticas económicas de Costa de Marfil.

Así, en 1970, se creó un Ministerio de Turismo para la planificación turística. No obstante, el peso cada vez importante de la agricultura como principal fuente de ingresos del país hizo que al turismo se le concediera muy poco interés. Si bien *le Miracle Ivoirien* trajo consigo unos años de felicidad que marcaron la historia económica del país, a partir de 1985, a raíz de la recesión de los precios de sus principales productos en el mercado internacional, como consecuencia de la crisis económica mundial de los 80, empezaron a aparecer los primeros datos sobre tasa de pobreza en el país. Tal y como explica Aphing-Kouassi (2001), si bien la creación del Ministerio de Turismo supuso la primera manifestación del interés de desarrollar el turismo en el país, no fue hasta 1980 cuando se apostó verdaderamente por el turismo como oportunidad para mitigar los efectos de la crisis.

Sin embargo, diversos factores internos y externos como la falta de experiencia en materia de gestión turística, la falta de infraestructuras adecuadas, la inseguridad social derivada de las distintas crisis sociopolíticas que ha vivido el país desde los años 90 y las amenazas terroristas cada vez crecientes, entre otros, no favorecieron un óptimo desarrollo del turismo en el país. Como consecuencia, en 2011, el turismo aportó tan solo un 0,6% al PIB del país. A partir de 2012, esta dinámica cambia y se observa una paulatina evolución del turismo.

3.2. El turismo como actividad económica en Costa de Marfil

La creación de un Ministerio de Turismo en 1970 marca la primera intención de desarrollar el turismo en Costa de Marfil. Pero, la fuerte influencia de la agricultura en la política económica del país no favoreció el desarrollo del turismo. Evidentemente, una economía basada en la agricultura orientada al mercado internacional resultaba muy frágil, sensible y dependiente a las fluctuaciones internacionales de los precios de sus productos de comercialización (Konan, 2012). Como consecuencia de esta fragilidad, después del periodo de relativo crecimiento y prosperidad económica, la economía del país entró en una fase de recesión a raíz de la crisis económica de los 80. Situación que se vio acentuada por las agitaciones sociopolíticas de la década de 1990. Para mitigar los efectos de las crisis, el país apostó por una política de diversificación en la que el turismo fue definido como alternativa.

No obstante, la falta de experiencia en materia de planificación turística (Dienot, 1985, Konan, 2012), la falta de infraestructuras adaptadas, las sucesivas crisis sociopolíticas y ciertos acontecimientos exógenos hicieron casi imposible lograr los objetivos de desarrollar el turismo. Según datos del diario Abidjan.net (12 de diciembre de 2012), pese a tener una variedad de recursos turísticos, el mayor número de turistas internacionales que había movilizó el país hasta la fecha era tan solo 270.000, de los que el 70% procedía del continente africano. Desde el Ministerio de Turismo, se afirma que para el año 2011, el turismo contribuyó con tan solo un 0,6% PIB, por lo que el turismo no representaba gran cosa tanto en la economía como en la conciencia colectiva de los marfileños.

Al acabarse la crisis poselectoral de diciembre 2010 a abril 2011, Costa de Marfil se enfrentó a numerosos desafíos. Entre otros retos, la cuestión de la paz social, la cuestión de la pobreza generalizada con mayor incidencia en la población joven, la cuestión ambiental, la cuestión de las desigualdades sociales, la necesidad de cambiar la imagen rota del país y atraer a nuevos inversores, etc. Ante la urgencia y la necesidad de resolver los problemas mencionados, las autoridades, a través de Planes Nacionales de Desarrollo (PND), que se convirtieron en el nuevo marco de referencia del Gobierno en materia de inversión pública, tomaron medidas con la finalidad de enderezar la economía para hacer de Costa de Marfil un “país emergente” como más tarde en 2020. En aquellos

planes, se desglosó una matriz de acciones prioritarias entre las cuales, el desarrollo del sector turístico a fin de que se convirtiera en uno de los pilares de la economía nacional.

Esta intención se tradujo en acciones concretas, como fueron la elaboración en junio de 2011 de una estrategia turística nacional denominada “Visión 2015” cuyo objetivo principal fue atraer a 500.000 turistas al año y hacer que el turismo participase al menos con un 2% del PIB en 2015. En 2018, se elaboró otro plan estratégico nacional: “Sublime Côte d’Ivoire”, estrategia turística 2018-2025, que tuvo como pretensión dinamizar el sector del turismo con la meta de hacer de Costa de Marfil, a medio y largo plazo, el quinto destino de turismo de negocios del continente africano, con más de 4 millones de turistas internacionales de aquí a 2025, que logre aportar el 8% del PIB nacional; y, posicionar el país como uno de los diez destinos turísticos de África y el primer destino turístico de África Occidental de aquí a 2030.

Para lograr estos objetivos, se han incrementado las inversiones público-privado. Asimismo, en 2014 se aprobó el Código de Turismo que supervisa la actividad turística y reparte las competencias en materia de turismo mediante la creación de direcciones regionales, la creación de un departamento de turismo en una universidad pública en 2021 para la formación, colaboraciones internacionales en materia de formación turística, etc.

3.3. Aportación del turismo en el PIB nacional a partir de 2012

La visión del Gobierno de Costa de Marfil cuando definía la estrategia turística denominada “Visión 2015”, era conseguir que el turismo llegase a atraer a 500.000 turistas internacionales y participase al menos con el 2% en el PIB nacional. Al terminar el año 2015, el turismo participaba con el 5% en el PIB (Ministerio de Turismo, 2020) atrayendo a 1.441. 000 turistas internacionales (Ministerio de Turismo, 2021).

Como bien ilustra Diawara (2015), según las cifras del Director General de Côte d’Ivoire-Turismo, el país registró 470.869 turistas internacionales a finales de 2014 frente a 380.000 en 2013 y 269.000 en 2011. Además, la contribución del turismo al PIB aumentó y pasó del 0,6% en 2011 al 2% en 2013, 4,3% en 2014 y al 5% en 2015 aproximadamente como puede verse en el gráfico 1.

El plan “Sublime Côte d’Ivoire” pretende posicionar a Costa de Marfil en el top 5 de destinos turísticos del continente con 4 millones de llegadas internacionales, una aportación de entre el 7 y 8% PIB y la creación de 600.000 empleos de aquí a 2025.

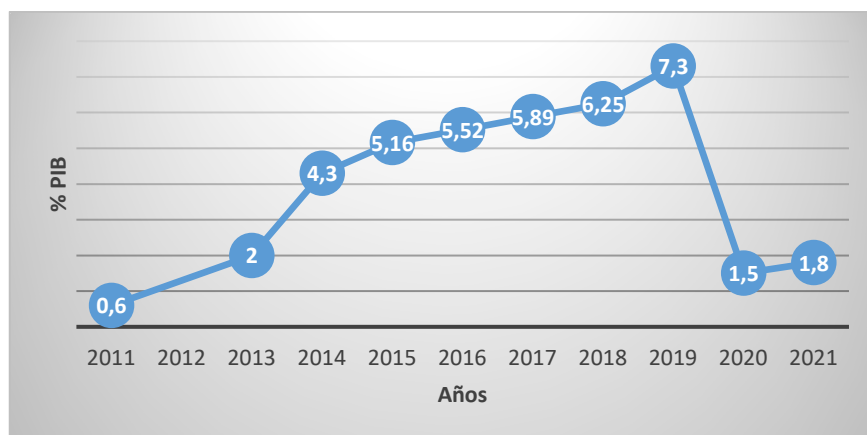


Gráfico 1. Evolución de las aportaciones del turismo en el PIB nacional de 2011 a 2021

Desde 2013, las aportaciones del turismo al PIB fueron aumentando hasta alcanzar su punto culminante en 2019 con una contribución del 7,3% del PIB y supuso la creación de 128 800 puestos de trabajo y 2 070 159 llegadas internacionales (Ministerio de Turismo, 2019). Si bien es cierto que el surgimiento de la pandemia de la COVID-19 frenó esta tendencia, las previsiones apuntan una recuperación del sector.

3.4. Los retos del turismo de Costa de Marfil

El análisis anterior muestra que el turismo marfileño, antes de la pandemia, se estaba posicionando como una fuente vital en las nuevas políticas económicas del país. No obstante, es importante reconocer las limitaciones y los grandes retos que enfrenta el país para consolidarse como un destino turístico exitoso. En efecto, la industria del turismo aún no ha alcanzado su potencial en los países de la subregión africana, las infraestructuras de transporte no son adecuadas, los hoteles y los servicios ofrecidos en ellos no satisfacen las necesidades de los turistas. Además, como es el caso en la mayoría de los países, el sector turístico está impulsado principalmente por el sector público, por lo que el potencial de ciertas partes interesadas como el sector privado sigue estando infravalorado. Asimismo, la carencia en formación turística, que impide el diseño de políticas eficaces de diversificación y estrategias de planificación y de marketing, representan enormes desafíos para la industria del turismo en los países de África Subsahariana. En lo que se refiere a Costa de Marfil en concreto, igual que la mayoría de los países del Sur, el desarrollo del turismo se ha enfrentado desde los primeros momentos a un importante número de dificultades. En este trabajo, nos es imposible analizar todos los problemas del turismo marfileño, pero queremos destacar de forma sintética los más visibles y sensibles.

3.4.1. La cuestión de seguridad del destino

En el proceso de evolución de la actividad turística, la cuestión de la seguridad del destino ha sido una de las grandes preocupaciones tanto de los propios turistas como de los organismos internacionales, y, es un factor cada vez relevante a la hora de elegir un destino turístico. En función de las perspectivas del investigador, el término “seguridad turística” puede tener diferentes enfoques. En el presente estudio, hace referencia al deseo del turista de disfrutar de las mejores condiciones en el destino a fin de cumplir con sus expectativas y un regreso seguro. Siendo la necesidad de sentirse seguro un sentimiento natural y vital en cada ser humano, la seguridad turística a la que nos referimos es la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes a un destino turístico determinado, de la de los prestadores de servicios y de los miembros de la comunidad receptora.

Saggianti (2010) defiende que, en el proceso de elección de los destinos turísticos, la seguridad tiene cada vez más importancia y en el futuro será la clave de la decisión del turista. Martínez (2012), apoyándose en datos de la OMT (2003) defiende que la seguridad del destino es uno de los factores que determinan la calidad del turismo en un destino dado.

En Costa de Marfil, los disturbios derivados de ciertos acontecimientos sociopolíticos han provocado un clima de inseguridad que ha limitado considerablemente el desarrollo turístico. La muerte del primer presidente Félix Houphouët Boigny en 1993 originó una crisis de sucesión entre los supuestos herederos al poder, dando lugar a tensiones sociales. Situación que se agravó con un golpe de Estado en 1999, una rebelión armada en 2002 y una crisis postelectoral en 2010-2011; las manifestaciones contra los intereses franceses en 2004 y las manifestaciones tras el tercer mandato del Jefe del Estado en agosto de 2020, son entre otros, los factores que no favorecieron el desarrollo económico del país. Tal y como explica Akmel (2013), el turismo marfileño es uno de los sectores económicos más afectados por las sucesivas crisis sociopolíticas.

La situación descrita y sus consecuencias tanto sobre la economía como sobre la pobreza dieron lugar a una forma de violencia encabezada por los conocidos como niños microbes (Véase imagen 2) en Abiyán y en algunas ciudades del interior.

Asimismo, el fenómeno internacional de terrorismo que ha ido creciendo en África de manera general, y, el atentado yihadista en las playas de Grand-Bassam en 2016 que causó 19 muertes, crean un ambiente de inseguridad que no favorece el desarrollo de la actividad turística en nuestro país.

Côte d'Ivoire : le phénomène des enfants « microbes », un danger permanent !

Djibo B. AMADOU | 21/02/2019 à 15:35 | Société



Imagen 2. El fenómeno de los niños *microbes* analizado por un periódico local

Todo lo anterior ha terminado por convencernos de la necesidad de hacer de la seguridad uno de los grandes retos del turismo marfileño, puesto que, tal y como explican Konan y Maroto (2017a; 2017b), sin seguridad, no puede haber turismo ya que, si bien es cierto que las personas quieren hacer turismo, no quieren hacerlo al precio de sus vidas (Konan, 2012).

3.4.2. La cuestión de la insalubridad urbana y la contaminación ambiental

Reig y Coenders (2002) sostienen que la variable ambiental es uno de los factores influyentes en la elección de los destinos turísticos. Tener conciencia ecológica constituye una ventaja competitiva para los destinos turísticos. Por el contrario, la insalubridad derivada de la falta de conciencia ecológica es fuente de contaminación ambiental, que ha demostrado ser una limitación al desarrollo del turismo.

La insalubridad, como resultado de prácticas sociales, es un fenómeno que afecta gran parte de los países del Sur. En el caso de Costa de Marfil, es una realidad generalizada que afecta a todas las ciudades del país. Según explica Konan (2012), en casi todas las ciudades de Costa de Marfil se encuentran zonas de depósito de basuras sin recoger que pueden calificarse de “ciudades basura” (Véase imagen 3).

Se estima, por ejemplo, que Abidjan produce cada día 288 toneladas de residuos plásticos de los cuales se recicla tan solo un 5%. El 95% restante termina en las tuberías de las canalizaciones y en las lagunas. En la mayoría de los casos, la falta de

infraestructuras modernas de reciclaje da lugar a un sistema de reciclaje tradicional hecho a mano (véase imagen 4).



Imagen 3 y 4. Depósito de residuos en plena ciudad en el municipio de Adjamé (izquierda) y reciclaje tradicional de residuos plásticos en la ciudad de Abidjan (derecha).

Anne Ouloto, entonces ministra de Salubridad, Medioambiente y Desarrollo Sostenible afirmaba el 9 de noviembre de 2017, que los residuos de hogar constituyen el 10% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero en Costa de Marfil. Lo que constituye una situación de peligro tanto para el turista como para los residentes.

Actualmente, la incorporación de los patrones de sostenibilidad a cada uno de los sectores económicos se ha convertido en una obligación, y si es que las autoridades marfileñas quieren apostar por el turismo en su política de diversificación económica, el mayor desafío es lograr una gestión óptima de los residuos mediante el establecimiento de un mecanismo de recogida y reciclaje acompañado de una campaña de concientización sobre la protección del medioambiente con horizonte a cambiar el paradigma actual.

3.4.3. La problemática del transporte y el acceso a los recursos

La infraestructura del transporte, como condicionante de la actividad turística, ha generado mucho interés en la literatura del turismo. Al ser el turismo un fenómeno social fundamentado en el desplazamiento, desde sus orígenes, el transporte ha sido indispensable para su realización. Se estima que el transporte es un factor determinante del producto turístico al representar el medio necesario para llegar al destino y para realizar los desplazamientos dentro del atractivo visitado y, en ciertos casos la propia atracción o actividad turística (Cooper et al., 2007). Page (2005) defiende que un transporte seguro y eficiente que facilite la accesibilidad favorece el progreso de la actividad turística, mientras que la falta de ello constituye una barrera para el desarrollo turístico, puesto que de nada sirve contar con un atractivo turístico si no hay acceso a él (Viloria Cedeño, 2012). La actividad turística implica un desplazamiento en el espacio.

En este sentido, el transporte cumple funciones indispensables en su desarrollo tanto como mecanismo de tránsito y como experiencia turística.

En Costa de Marfil, la cuestión del transporte y de la movilidad se ha encontrado más de una vez en el centro de los debates; y, representa uno de los principales retos a los que se enfrenta el país para desarrollar el turismo (Kouassi, 2022). Si bien Abidjan dispone de un sistema de transporte aceptable, no es el caso en todas las ciudades. En el interior del país, el mal estado de las carreteras dificulta el acceso a los productos y/o recursos turísticos. Añadido a ello, la lejanía del país de los principales países emisores de turistas, sobre todo europeos, es otro reto; puesto que influye en los costos de los billetes y del visado de entrada. Un estudio del Ministerio de Turismo en 2018 demostró que el transporte en Costa de Marfil es en un 60% más caro que el de la competencia.

3.4.4. La cuestión de la calidad de los servicios ofrecidos

De acuerdo con Almeida, Barcos y Martín (2006), la competencia y la creciente presencia en el mercado de nuevos destinos, son parte de los principales aspectos que caracterizan la industria del turismo. Además, los turistas poseen experiencia y son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad de los servicios brindados (Cayo Velásquez y Arcaya Chambilla, 2013). Cejas et .al. (2005) estiman con razón que brindar servicios de calidad, además de ser un requisito indispensable para ser competitivo; es un objetivo estratégico para los destinos en la medida en que se considera de alta relevancia el logro de la satisfacción del cliente para concretar nuevas visitas. De hecho, Álvarez Sousa (2015) sostiene que abordar la problemática de la calidad del turismo implica analizar la satisfacción de los turistas con los servicios recibidos.

En Costa de Marfil, ya en 2001 Aphing-Kouassi denunciaba la dificultad de contar con recursos humanos cualificados capaces de brindar servicios de calidad. En el mismo sentido, Konan (2012) informa que la falta de recursos humanos cualificados ha sido desde los años 1970 una de las barreras al desarrollo del turismo marfileño. Recientemente, el estudio realizado por Kouassi (2022) demostró una falta de profesionalismo de los actores derivada de la falta de formación y cualificación. Esta realidad constituye una desventaja competitiva muy importante para el destino Costa de Marfil que hay que solucionar con miras a mejorar la calidad de los servicios en los establecimientos turísticos.

3.4.5. La falta de política de promoción del destino Costa de Marfil

El éxito de una política turística reside en su capacidad de promover el destino tanto a nivel local como internacional. Esta promoción implica llevar la información desde los organismos responsables a los potenciales turistas (Martínez-Valerio, 2012). Promover

un destino turístico supone combinar esfuerzos entre organismos locales, nacionales e internacionales.

Debido a las distintas crisis sociopolíticas que ha sufrido el país los últimos años, no aparece a nivel internacional como seguro. Lo cual ha participado en el deterioro y desconocimiento de la marca *Côte d'Ivoire*. Asimismo, aparte de la Feria Internacional de Turismo de Abidjan (SITA por su sigla en francés), Costa de Marfil no cuenta con un evento de carácter internacional para promocionar el destino Costa de Marfil. Además, la participación en ferias internacionales, como Top Resa en Francia, Fitur en España, etc., no siempre da los resultados esperados debido a la falta de política de promoción de nuestros productos turísticos. Aparte de ello, hay que reconocer que, si bien se han diseñado planes estratégicos de turismo, estos no integran una política marketing claramente definida capaz de llevar a cabo la promoción del destino. Como consecuencia, el país tiene un débil posicionamiento en los mercados internacionales.

Según datos del Ministerio de Turismo (2018), menos de cinco agencias de viajes a nivel internacional proponen el destino Costa de Marfil en sus paquetes turísticos, situación que urge corregirse para poder atraer a más turistas. De acuerdo con Sadaïs (2018), el turismo no puede desarrollarse sin una política de promoción agresiva; por lo cual el país debe asumir este importante reto si aspira contar con el turismo como tercer pilar de su economía.

3.5. Perspectivas del turismo marfileño de cara al futuro

Si bien falta mucho por hacer, las autoridades marfileñas, desde que incorporaron el turismo en las políticas nacionales de desarrollo en 2012, han realizado muchos esfuerzos tanto a nivel jurídico como de las inversiones en proyectos turísticos. La ambición del gobierno es reorientar la política turística con la finalidad de hacer de este un sector económico importante en el país. Siendo el turismo una actividad muy dinámica, puede decirse que las perspectivas siguen siendo muy inciertas y cambiantes. No obstante, si entendemos las perspectivas como el posible desarrollo que puede preverse en algo, el plan *Sublime Côte d'Ivoire* (2018-2025) recoge lo fundamental de las perspectivas del turismo marfileño de cara al futuro. *Sublime Côte d'Ivoire* es una estrategia turística que se basa en 4 pilares, 9 reformas y 9 proyectos emblemáticos (véase cuadro 1).

Los 4 pilares	Las 9 Reformas	Los 9 Proyectos
1- Hacer de Costa de Marfil el colider africano del turismo de negocios con más de 1,5 millones de visitantes 2- Convertirse en el centro del turismo de ocio en la subregión, con una oferta costera/balnearia y de entretenimiento capaz de atraer a 1,8 millones de turistas 3- Captar a más de 450 mil turistas internacionales en busca de nuevas aventuras turísticas 4- Desarrollar el emprendimiento turístico y promover el desarrollo territorial	1- Reformar el sector aéreo. 2- Reformar las infraestructuras turísticas con especial atención en las reconocidas como prioritarias 3- Plan de seguridad y ordenación de las reservas de suelo de las zonas turísticas (4) Plan de seguridad turística (5) Mejorar el acceso a la atención médica en las zonas turísticas (6) Oferta nacional de formación turística de alto nivel (7) Reestructuración del dispositivo de promoción del destino Costa de Marfil. (8) Reforma de la política de financiación de los proyectos turísticos prioritarios 9) Política de mejora de las capacidades de acción del Ministerio de Turismo	1- Abidjan Business City -2- Bellas playas para todos -3- Akwaba Park 4- Acelerador de las microempresas turísticas 5- Paraíso entre Mar y Naturaleza 6- Camino de los esclavos 7- Abidjan Medical City 8- Camino de los Tesoros africanos 9- Acelerador de proyectos turísticos territoriales

Cuadro 1. Desglose de la estrategia turística *Sublime Côte d'Ivoire*

Con la estrategia turística 2018-2025, Costa de Marfil ambiciona mantener la tendencia positiva que ha tenido el sector turístico en la última década y llegar a hacer del país uno de los 10 destinos turísticos más importantes del continente. Para garantizar el éxito de esta estrategia basada en 4 ejes fundamentales, se elaboraron 9 reformas clave para una revisión completa del ecosistema turístico marfileño; lo cual va acompañado de 9 proyectos.

Con estas acciones, se espera a que el sector turístico tenga más impacto en el PIB de aquí a 2025 y que llegue a aportar un 8%. Asimismo, se ambiciona atraer a más de 4 millones de turistas internacionales de aquí a 2025, crear al menos 600.000 puestos de trabajo; y, a largo plazo, llegar a hacer del turismo un factor de cohesión social.

4. REFLEXIONES FINALES

Las cifras estadísticas emanadas de diversos organismos internacionales proporcionan la evidencia de que el turismo es una actividad económica importante tanto para los países avanzados como para aquellos en vía de desarrollo. Su contribución impacta positivamente en el PIB mediante la generación de ingresos y empleos, al mismo tiempo que participa en la diversificación de las estructuras productivas. Se ha convertido hoy en día en un motor esencial de desarrollo socioeconómico local, regional y nacional; lo cual fue valorado por las Naciones Unidas al aprobar la Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible en el que el turismo es considerado sector clave para la consecución de los objetivos de la citada Agenda, especialmente los ODS 8, 12 y 14.

Ante la fragilidad de su economía debido a las fluctuaciones de los precios de sus principales productos de exportación, el tradicional binomio café-cacao, Costa de Marfil explora, desde hace ya décadas, nuevas vías para diversificar su estructura productiva. El turismo, por sus efectos multiplicadores, se perfila como una alternativa viable. Debido a diversas razones, la incorporación del turismo en el sistema económico no siempre ha producido los resultados esperados. Las políticas implementadas desde 2012 dieron un gran empujón a esta actividad cuya contribución en el PIB pasó del 0,6% en 2011 al 7,3% en 2019; antes de que la pandemia de la COVID-19 pusiese fin a esta progresiva evolución. La envergadura de los retos que hay que afrontar es tal que requiere de la contribución de todos los actores involucrados para lograr las aspiraciones de hacer del turismo uno de los principales pilares de la economía nacional, convirtiendo el país en uno de los diez destinos más demandados del continente de aquí a 2025.

BIBLIOGRAFÍA

- Akmel, J.M. (2013). *Étude de faisabilité de la mise en place du réseau d'information économique du tourisme pour la ville de Yamoussoukro en Côte d'Ivoire*. [Tesis de Maestría, Institut National Polytechnique Félix Houphouët- Boigny de Yamoussoukro- Côte d'Ivoire.]. <https://www.memoireonline.com/12/13/8109/etude-de-faisabilite-de-la-mise-en-place-du-reseau-d-information-economique-du-tourisme-pour-la.html>
- Alcántara, C. (2017). *El turismo como factor de desarrollo: El caso de Sergipe-Brasil*. [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf
- Almeida Alonso, M., Barcos Redín, L. y Martín Castilla, J.I. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Editorial Síntesis S.A.

- Álvarez Sousa, A. (2015). Imagen, lealtad y promoción turística. Análisis con ecuaciones estructurales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13, (3), 629-648. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88136217012.pdf>
- Aphing-Kouassi, N. G. (2001). *Le tourisme littoral dans le sud-ouest ivoirien*. [Tesis doctoral, Universidad de Cocody Abidjan]. <https://theses.hal.science/tel-00282992/document>
- Cayo Velásquez, N. E. y Arcaya Chambilla, L. E. (2013). Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011 - Perú. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 4 (1), 28-37.
- Cejas, M. B., Díaz Pérez, F. M., González Morales, M.O. y Sánchez Pérez, J. (2005). La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de las isla de La Palma. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3, (2), 265-272. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205>
- Chérrez-Bahamonde, R. C., López-Paredes, C.R. y Logroño-Naranjo, S. I. (2021). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico mediante indicadores estadísticos. *FIPCAEC*, 6, 648-664. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/361/647>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. y Wanhill, S. (2007). *El turismo. Teoría y Práctica*. Síntesis.
- Diawara, M. (16 Février de 2015). Côte d'Ivoire: le tourisme retrouve du punch. *Le Point*. https://www.lepoint.fr/economie/cote-d-ivoire-le-tourisme-retrouve-du-punch-16-02-2015-1905497_28.php#11
- Dienot, J. (1986). Les devises touristiques : bénéfice ou leurre pour la Côte d'Ivoire? *Les Cahiers d'outre-mer*, (149), 65-80. https://www.persee.fr/doc/AsPDF/caoum_0373-5834_1985_num_38_149_3130.pdf
- Dignat, A. (25 de abril de 2022). Afrique : illusions et désillusions des indépendances. *Herodote.net*. https://www.herodote.net/Illusions_et_desillusions_des_independances-synthese-642.php
- García, R. L. (3 de febrero de 2020). Evolución del turismo mundial según la Organización Mundial de Turismo. *Aprende de turismo.org*. <https://aprendedeturismo.org/evolucion-del-turismo-mundial-segun-la-organizacion-mundial-del-turismo/>
- Guterres, A. (2020, 25 de agosto). Devastated by pandemic, tourism sector must be rebuilt in a safe, equitable and climate friendly way – UN chief. *United Nations*. <https://turkiye.un.org/en/88497-devastated-pandemic-tourism-sector-must-be-rebuilt-safe-equitable-and-climate-friendly-way-%E2%80%93>

- Hillali, M. (2011). Du tourisme « moteur de développement » au tourisme de « lutte contre la pauvreté » ! En Boujrouf, S. (coord.), *Tourisme et pauvreté* (Pp.27-35). Edition des Archives Universitaires.
- Konan, K. J. (2012). *Estudio geográfico para el desarrollo turístico del litoral oriental de Costa de Marfil*. [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/35151>
- Kouassi J. K. y Maroto Blanco, J. M. (2017a). La masacre de Grand-Bassam: impacto económico y social del terrorismo en Costa de Marfil. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, 6(3), 445-468
- Kouassi J. K. y Maroto Blanco, J. M. (2017b). Un estado de la cuestión sobre la relación entre educación, capacitación y conciencia turística en Costa de Marfil. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades SOCIOTAM*, XXVII (1), 113-132.
- Kouassi, K. N. (2022). *Bases para potenciar el turismo de la capital económica de Costa de Marfil: Abidjan*. [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=313211>
- Martínez, A. N. (2012). Calidad y turismo. Normas nacionales e internacionales. *Observatorio de derecho de turismo*. <http://www.derecho.uba.ar/institucional/calidad-y-turismo-normas-nacionales-e-internacionales.pdf>.
- Martínez-Valerio, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook. *Palabra Clave*, 15(2), 318-338. <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/4040440>
- Ministère du Tourisme et des Loisirs de Côte d'Ivoire (2018). « Sublime Côte d'Ivoire » Stratégie touristique ivoirienne 2025. *Ministère du Tourisme et des Loisirs*.
- (2019). Le tourisme en chiffres: Le bulletin d'information sur les statistiques du tourisme en Côte d'Ivoire - année 2019. *Côte d'Ivoire Tourisme*.
- (2020). Le tourisme en chiffres: Le bulletin d'information sur les statistiques du tourisme en Côte d'Ivoire - année 2020. *Côte d'Ivoire Tourisme*.
- (2021). Le tourisme en chiffres: Le bulletin d'information sur les statistiques du tourisme en Côte d'Ivoire - année 2021. *Côte d'Ivoire Tourisme*.
- Mogrovejo-Andrade, J.M., Herrera-Martínez, S., Maldonado-Niño, L. G. y García-Torres, N.E. (2019). El turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. *Clío América*, 13(25), 298-307. <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/3414/2665>
- OMT. (2003). *Turismo internacional: una perspectiva global*. Bookman.
- (2019). *Panorama del turismo internacional*. Edición 2019. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

- (2020). *Panorama del turismo internacional*. Edición 2020. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- Page, S. (2005). *Transport and tourism. Global perspectives*. Pearson Education.
- Reig García, C. y Coenders Gallard, G. (2002). Segmentación del mercado turístico según las preferencias ambientales. *Cuadernos de Turismo*, (9), 123-135. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800909.pdf>
- Sadais, J. (2018). *Tourisme, mondialisation et développement. Une analyse d'économie politique internationale de la diffusion du tourisme en Haïti* [Tesis de Maestría, Université du Québec à Montréal]. Service des bibliothèques. <https://archipel.uqam.ca/12635/1/M15560.pdf>
- Saggiante, J. (2010). Municipio, Turismo y Seguridad. *Fundación turismo para Todos. Edición digital*. https://www.oas.org/en/sedi/pub/turismo_seguridad_s.pdf.
- Said, B. (2011). *Tourisme et pauvreté*. Éditions des archives contemporaines.
- The World Factbook (2023). *Côte d'Ivoire*. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/cote-divoire/>
- Vega, R. A. y Vivas, X. M. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 677-710. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiD9pLx_nAhUYVKQEHAT3AroQFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2267966.pdf&usg=AOvVaw2j3GlG0jUt1Xc2HvmHTnOj&opi=89978449
- Viloria Cedeño, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión Turística*, (17), 23-36. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223324204002>