

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



Camerún – África en miniatura “Propuesta para la promoción turística en España”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autora:

Rebecca Soulboutta Litassou

Tutora:

Michaela Muszynski

GANDIA, 2015

Resumen

Llamado también “África en miniatura “Camerún es uno de los países de África con mayor diversidad de recursos y atractivo turístico, sin embargo su potencial no está siendo utilizado en su totalidad y poco conocido por los españoles.

El presente Trabajo Final de Grado tratara de estudiar la posibilidad de proponer una adecuada promoción de Camerún para turistas españoles.

En este país que tiene muchos recursos turísticos se ha visto que le faltan aún muchos puntos que reforzar ya que no tiene una buena estrategia comercial y el gobierno no está muy activo en este sector.

Después de presentar el país con sus encantos, se han analizado técnicas e instrumentos promocionales que se podrán utilizar para su promoción. El trabajo concluye la importancia del involucramiento del gobierno y las entidades privadas en el diseño y ejecución de estrategias promocionales para la mejor venta del destino.

Sin embargo para que esta propuesta de promoción sea una realidad para atraer a más turistas españoles, es necesario una buena relación entre las entidades turísticas locales con los intermediarios turísticos (incluyéndolos en sus catálogos) como soporte para la promoción del destino en España.

Palabras claves:

- Turismo
- África
- Promoción
- Camerún

Abstracts

This Final Degree Work Consider trying to propose a suitable promotion of Cameroon for Spanish people.

Also called "Africa in miniature" Cameroon is one of the countries of Africa with a large diversity of resources and attraction, but its potential is not being fully used and it is not known by Spanish people.

In this country that has a wide range of tourism products; it has been due to lack still many points to be strengthened because it does not have a good marketing strategy and the government it is not very active in this sector.

After presenting the country with its charms and the promotional techniques and instruments, it was interesting to conclude on the importance of the involvement of the government and private entities in the design and implementation of promotional strategies for the best sell of this destination.

However this proposal for the promotion has to be a reality to attract more tourists like Spanish people, it is necessary a good relationship between local tourism authorities with tourism intermediaries (including them in their catalogs) as support for the promotion of the destination in Spain.

Keywords:

- Tourism
- Africa
- Promotion
- Cameroon

Contenido

1	Introducción	8
1.1	Justificación del trabajo	8
1.2	Objetivos	9
1.3	Metodología y fases del trabajo	9
2	Presentación de Camerún	10
2.1	Situación.....	10
2.2	Clima	11
2.3	Población.....	13
3	Situación de la demanda en el contexto mundial	14
4	Análisis de la oferta	15
4.1	Oferta publica	15
4.1.1	Rutas.....	15
4.1.2	Museos.....	16
4.1.3	Recursos naturales.....	16
4.1.4	Recursos culturales	17
4.1.5	Playas.....	18
4.2	Oferta privada.....	19
5	Análisis de la demanda del mercado español	19
6	Análisis de las comunicaciones	22
6.1	Accesos y medio de transportes en Camerún.....	22
6.1.1	Aeropuertos y puertos	22
6.1.2	Carreteras y ferroviarias	23
7.2	Promoción física	24
7.3	Promoción digital	25
7.4	Análisis DAFO de la promoción actual de Camerún	25
8	Propuesta de actuación para promocionar el país	27
8.1	Análisis CAME.....	27
8.2	Estrategias de promoción	30
8.3	Instrumentos y técnicas de promoción.....	30
8.4	Diseño de paquetes turísticos experienciales	33
8.4.1	Turismo experiencial en el gran norte.....	34
8.4.2	Turismo experiencial en el gran sur y la región costera	36

9	Conclusión.....	37
10	Bibliografía.....	39
11	Anexos.....	41

Indices de illustrations

Ilustración 1: Situación de Camerún.....	10
Ilustración 2 : Los climas de Camerún	12
Ilustración 3: Mapa de grupos étnicos de Camerún	13
Ilustración 4: Jirafas en el parque nacional de Waza	34
Ilustración 5 Centro artesanal de Maroua	34
Ilustración 6: Casas de obuses	34
Ilustración 7: Preparación a un rito animista	35
Ilustración 8: El lamido y su tropa.....	35
Ilustración 9: Reserva del Ndja.....	36
Ilustración 10: Fiesta tradicional de los Bamilikes	36
Ilustración 11: Las Cascadas del Lobé.....	37

Indices de Tablas

Tabla 1: Turismo emisor según comunidad autónoma.....	21
Tabla 2: Medios y soportes publicitario tradicionales e innovadores.....	31

1 Introducción

El turismo, la mayor industria mundial y una de las más dinámicas y globalizadas, necesita permanentemente conquistar nuevos espacios, incorporar nuevos atractivos y productos turísticos para enriquecer su oferta, Además de responder a los nuevos requerimientos de la demanda mundial. Bajo la presión de las nuevas exigencias del mercado, se pudo observar en las dos últimas décadas un creciente interés los viajeros y turistas por las comunidades en vía de desarrollo como África y América Latina.

Las nuevas corrientes de la demanda turística mundial, manifiestan sus preferencias por productos turísticos sostenibles, cuyos objetivos de largo plazo contemplen la protección del patrimonio natural y la adopción de conductas respetuosas de las culturas autóctonas.

Como el turismo es una de las industrias más creciente, cada lugar en el mundo compite por mostrar sus mejores atractivos para aumentar su número de visitantes y por consecuencia su economía. Por este motivo se pretende con la propuesta de promoción de Camerún en España dar a conocer Camerún para el diseño y la oferta de paquetes turísticos especializados para un turismo sostenible con una diferenciación de producto.

1.1 Justificación del trabajo

Habiendo empezado mis estudios universitarios con un grado en ADE que no cumplía con mis expectativas, he decidido hacer un grado en Gestión Turística que me ha permitido compaginar muchos conocimiento empresariales, conocimiento culturales y lingüísticas. La razón por la que he decidido realizar este trabajo es porque Camerún tiene recursos turísticos ricos y variados. La promoción actual es escasa y poco profesional. Por esta razón mi motivación principal a la hora de elegir este tema para mi Trabajo Final de Grado, es conseguir mediante promociones de paquetes originales que Camerún sea muy conocido para el mercado español.

1.2 Objetivos

Los objetivos responderán a la necesidad de posicionar Camerún en el circuito promocional público y privado del sector turístico en España.

El objetivo general es:

- Realizar una propuesta de promoción de los productos turísticos actuales y los potenciales de Camerún en España bajo los principios del turismo sostenible que contribuirá al desarrollo y la creación de empleo para la población local.

Los objetivos específicos son:

- Presentar los diferentes recursos turísticos del país.
- Estudiar los canales de promoción más adecuados para Camerún.
- Diseñar y proponer posibles productos turísticos de Camerún en España.
- Determinar los puntos de mejora de la promoción actual del destino

1.3 Metodología y fases del trabajo

El método utilizado para realizar este trabajo es el cualitativo. La investigación cualitativa donde se utilizarán varios instrumentos de recolección de la información.

La información se ha extraído de libros, páginas web y prensa entre otros.

La documentación se ha buscado en fuentes especializadas que se detallan más adelante en la bibliografía. Se ha recopilado información de bibliotecas de páginas web especializadas del turismo y promoción turística como por ejemplo el Ministerio del Turismo de Camerún (MINTOUR).

La realización de este trabajo se ha llevado a cabo siguiendo estas fases de recogida de información:

Fase I: Búsqueda de la información relevante sobre el tema a tratar.

Fase II: Selección de la información más relevantes del tema.

Fase III: Escritura del trabajo.

Fase IV: Revisión del trabajo.

Fase V: Creación del PowerPoint.

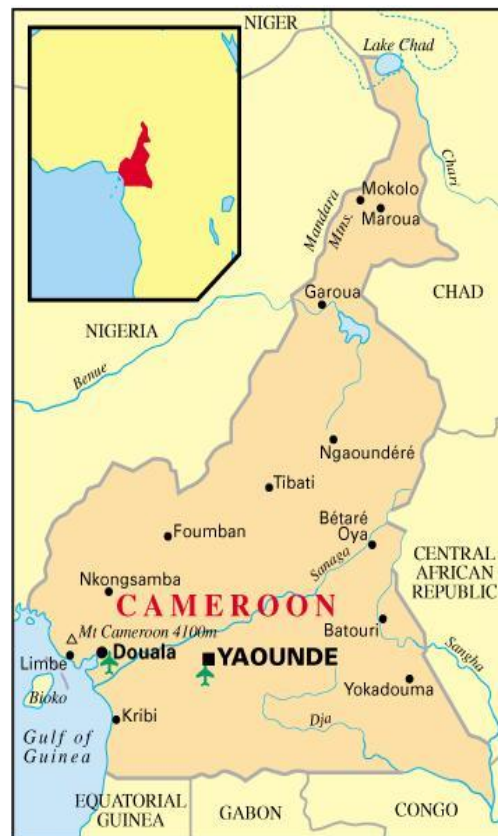
Fase VI: Preparación de la defensa.

2 Presentación de Camerún

2.1 Situación

Camerún situado en el centro de África al fondo del golfo de Guinea tiene una superficie de 475.442 km² y cuenta con una población de 16 millones de habitantes. ¹Según ministerio de **Ilustración 1: Situación de Camerún**

turismo, Camerún Cuenta con 2 lugares turísticos reconocidos patrimonio mundial por la UNESCO (la Reserva del Nja, el parque de Waza), 120 zonas turísticas². Está limitado al Norte por el Chad, al Este por la República Centroafricana, al Sur por el Congo, el Gabón y Guinea Ecuatorial, al Oeste por Nigeria. Se extiende en el sur-oeste hacia el Atlántico, ofreciendo así un maravilloso paisaje de bosques vírgenes (22 millones de hectáreas o el segundo África), sabanas, montañas, ríos, lagos, playas salvajes ofreciendo una fauna y



Fuente: <http://www.viaches.com/fotos/map>

flora muy diversas.

¹ Fuente: <http://www.statistics-cameroon.org/manager.php?id=11> [Consulta: 15 de marzo de 2015]

² Fuente: <http://www.mintour.gov.cm/> [Consulta: 9 de marzo de 2015]

Camerún ofrece a los turistas prácticamente todas las variedades de climas y relieves representados en África. Según el Ministerio de la Fauna y la Flora de Camerún, la fauna del país tiene 409 especies diferentes de mamíferos; 143 especies de reptiles; 849 especies de aves; 190 especies de anfibios todos agrupados en varios parques nacionales, reservas. Esta riqueza ecológica hace que sea una zona interesante y adecuada para el ecoturismo ofreciendo la posibilidad de descubrir animales salvajes como los gorilas, los elefantes y los búfalos en el bosque o sabana.

El turismo de playa en la costa atlántica, el turismo natural en los bosques, el turismo cultural en los pueblos con sus tradicionales y el agroturismo en grandes plantaciones doméstico e industrial, hacen que este país sea adecuado para muchas actividades (la pesca, la natación, el trekking, las excursiones, los safaris, turismo experiencial, artesanía, etc.).

Camerún con su variedad socio-cultural, climática y natural hace que le llamen "África en Miniatura" (África en un solo país).

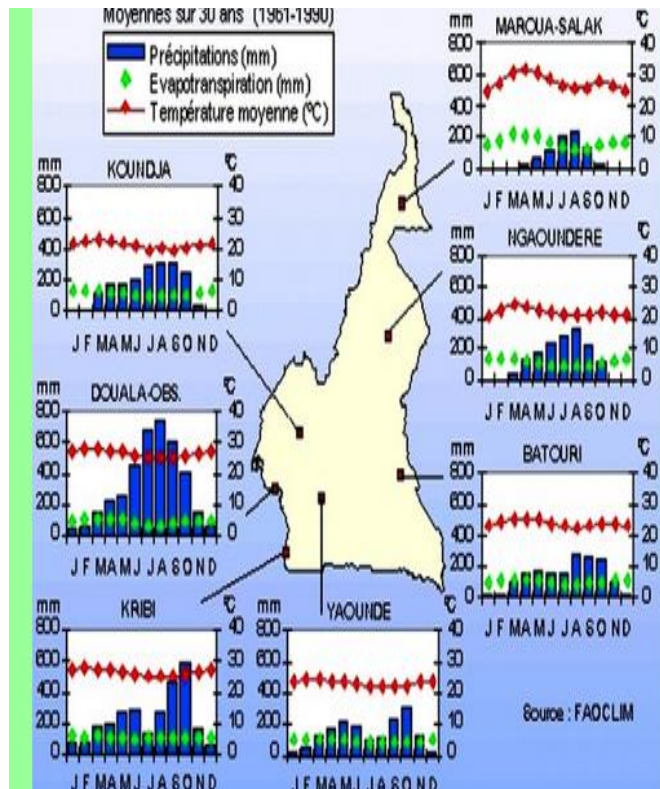
2.2 Clima

El país tiene varios tipos de áreas naturales contribuyen a la diversidad geográfica del país.

El bosque del sur (provincias: Centro, Este, Litoral, Sur y Sur-Oeste) se encuentra en las zonas marítimas y ecuatoriales. Esta zona se caracteriza por una densa vegetación, un sistema fluvial vasto y un clima cálido y húmedo, con lluvias abundantes (temperaturas mínimas medias varían entre 20°C en febrero y 14°C en marzo, mientras que el promedio temperaturas máximas oscilan entre 31°C en enero y 26°C en julio). Esta zona es propicia para el cultivo de cacao, palma aceitera, plátano, caucho y tabaco, etc. Es el lugar de las dos ciudades más grandes: Douala (primera ciudad, con el puerto principal y capital económica con sus actividades comerciales e industriales), Yaundé (segunda ciudad y capital político).

Las tierras altas del oeste (provincias: Oeste y Noroeste), cuya altitud media está por encima de 1.100 m, forman una región rica en suelos volcánicos favorables a la agricultura (café, hortalizas, etc.). La vegetación es menos densa que en la selva sur y su clima fresco es favorable a la aparición de todo tipo de actividades. Las principales ciudades son Bafoussam, Bamenda y la ciudad universitaria de Dschang.

Ilustración 2 : Los climas de Camerún



Fuente: <http://www.dentroafrica.free.fr/cameroun.htm>

El Sahel (provincias: Adamawa, Norte y Extremo

Norte) es una región de la sabana y estepa. Fuera de la meseta de Adamawa, donde el clima es más suave, el resto de la región se caracteriza por el clima tropical cálido y seco, con lluvias más limitadas a medida que nos acercamos al lago Chad³. La zona es propicia para el cultivo del algodón, de la cebolla, del mijo, de patatas, de batatas blancas y cacahuetes.

La mejor época para viajar a Camerún, a pesar de los golpes Harmatán, son los meses más fríos y secos entre noviembre y febrero.

³ los meses más cálidos son de marzo a mayo, con temperaturas que alcanzan a veces 40°C, la estación seca dura de octubre a abril. Entre diciembre y febrero suele haber vientos del harmatán desde el desierto del Sahara, que llevan arena y polvo hacia el sur, la reducción de la visibilidad hace que el cielo este nublado.

2.3 Población

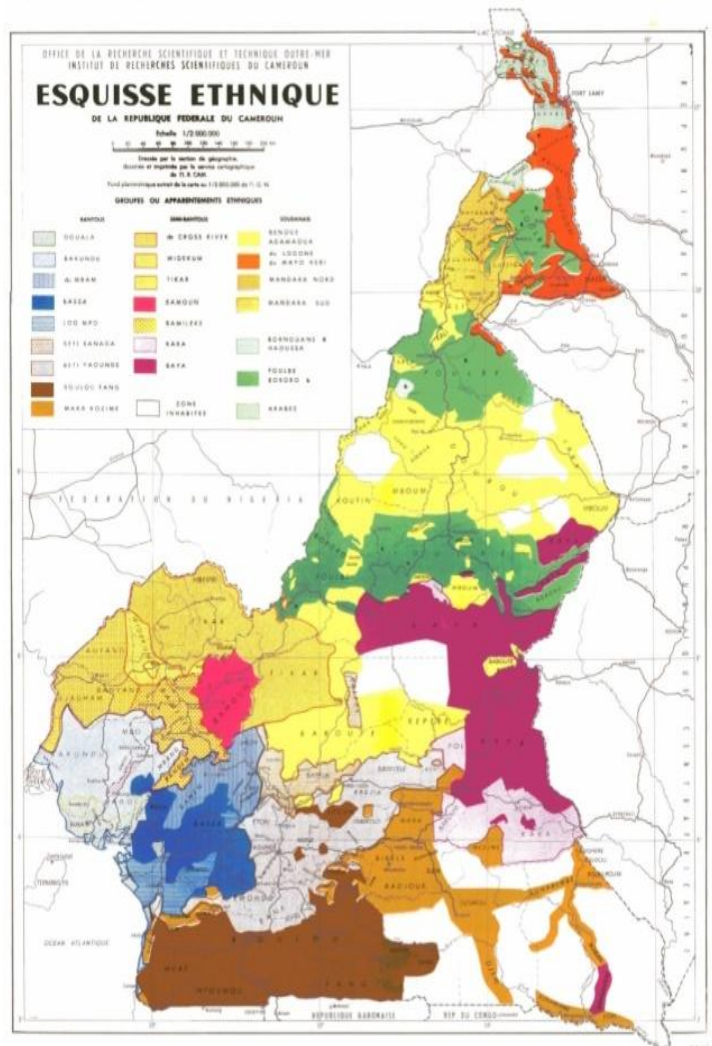
Camerún es un país bilingüe sus lenguas oficiales son el inglés y el francés. Además imperan más de 200 grupos étnicos de Camerún. Esta diversidad contribuye a la riqueza del país. En las grandes ciudades de Camerún estos grupos étnicos viven juntos sin problema. Todo el mundo sigue su dialecto y su apego a su pueblo, donde familiares y amigos se reúnen regularmente durante las reuniones, celebraciones o funerales.

Los principales grupos étnicos son⁴:

- Bantus : *Béti, Bassa, Bakundu, Maka, Douala, Pygmées*, etc.
- Semi-Bantus : *Bamiléké, Gbaya, Bamoun, Tikar*, etc.
- Sudanés : *Massa, Toupouri, Arabes-Choas, Moundang, Mafa, Mousgoum, Foulbé, Bororo, Fulani* etc.

El norte de Camerún está dominada por musulmanes fulani, llamado Fulani, poblaciones animistas dicen kirdis (pagano) por lo general han escapado islamización. También se encuentra en el Norte *los árabes choas, kotokos los kapsiki, los massas, los mousgoums, los toupouris, los guizigas, los komas, los mboums, los falis, el hausa*, etc.

Ilustración 3: Mapa de grupos étnicos de Camerún



Fuente: http://www.irenees.net/bdf_fiche-analyse-1040_fr.html

⁴ Fuentes : <http://www.spm.gov.cm/le-cameroun/population.html>

3 Situación de la demanda en el contexto mundial

El Bloom Consulting Brand Ranking que clasifica los mejores destinos turísticos Camerún es el destino número 25 de África y el número 155 del mundo.

En comparación con el año 2014, según estas clasificaciones, Camerún ha tenido un buen progreso ganando 3 plazas junto a Zimbabue, al Sudán, a Seychelles y a Costa de Marfil⁵. Este progreso se logró, A pesar de que el país tuvo que ralentizar las actividades turísticas en la región del Extremo-Norte por causa de la secta nigeriana Boko Haram que tocaba las fronteras de la región.

Por encima de todo, la clasificación del Bloom Consulting Brand Ranking del 2015 confirma el potencial de este país llamado "África en miniatura" debido a la diversidad de lugares de interés turístico, a los cuales gobierno estima oficialmente 2 millones de llegadas de turistas 2015.

El Turismo en Camerún es todavía poco desarrollado. Sin embargo el gobierno ha desarrollado varios planes para potenciar el desarrollo de este sector estableciendo programas de cooperación con algunas grandes ciudades mediante agencias de viajes en París, en Londres y en Madrid para la promoción del producto "Camerún" el extranjero. A través de estos programas se buscan también nuevos inversores. Tenemos el caso de los chinos que firmaron un contrato especial con el gobierno camerunés mediante el cual desde 2008 llegan unos 50.000 chinos al año, además de la búsqueda de nuevos patrocinadores con países como los Estados Unidos y Canadá.

⁵ http://www.bloom-consulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf, p.25
[Consulta: 25 de abril de 2015]

4 Análisis de la oferta

4.1 Oferta pública

4.1.1 Rutas

- La reserva del Ndja: Situado en el sur de Camerún fue declarado en 1987 patrimonio de la humanidad por la UNESCO, tiene una superficie de 5.260 km². Cuenta con más de 1.500 especies de plantas, 107 mamíferos, 320 especies de aves. Allí se pueden ver también elefantes, chimpancés y gorilas.
- El parque nacional del Korup: Se encuentra en la provincia suroeste de Camerún. Cubre un área de 1.259 km² y es considerada una de las selvas tropicales más bonita y más antiguas del mundo. La riqueza de su fauna y flora es el resultado de un solo hecho: sobrevivió a la edad de hielo. Aves en el parque y otros 100 en los alrededores, 174 reptiles y anfibios, 140 especies de peces que se encuentran en los numerosos ríos que atraviesan el parque
- El jardín botánico de Limbe: Creado en 1892 por un horticultor alemán para cultivar plantas tales como la quinina, el café, el caucho, el cacao y el plátano. *Limbe Botanic Garden* también sirve como centro de formación en las áreas de la agricultura, horticultura y forestales. Hoy en día, se ha convertido después de Monte Camerún la mayor atracción turística del suroeste. También es un centro internacional de investigación de la biodiversidad (*Jungle Village*) donde se organizan eventos culturales para el disfrute de los turistas. El centro ha diseñado varias rutas turísticas como:
- El jardín botánico de Ebodje: El pueblo Ebodje está situado en el borde del Océano Atlántico, a unos cincuenta kilómetros de la ciudad de Kribi. En este pueblo de pescadores, las playas son hermosas y vírgenes. Se ofrece excursiones en canoa en el mar y en el río Likodo. Además se puede ir caminando o conduciendo hasta la Roca del Lobo.

- El Monte Camerún, con sus 4.070 m de altura es un volcán activo que tiene una gran flora. En esta montaña se puede practicar senderismo, excursiones y *trekking*. En este monte cada año en febrero se hace una carrera de escalada llamada "Carrera de la Esperanza".

4.1.2 Museos

El país cuenta con 4 museos situados en el oeste y noroeste del país.

- Museo de Bahan.
- Museo de Bandjoun.
- Museo de Mankon.
- Museo de Babungo.

4.1.3 Recursos naturales

- El parque nacional de Waza fue creado en 1968, tiene una superficie de 170.000 hectáreas. Es el más famoso de Camerún y uno de los más espectaculares de África central. Situado en el extremo norte del país, a 120 kilómetros de Maroua y a 135 kilómetros de Kousseri, donde se puede ver leones, elefantes, hienas, antílopes, gacelas, jirafas y una gran colonia de aves (gansos, garzas, avestruces, garzas, pelícanos, Jabirus, ibis).
- El Parque Nacional Boubandjida es un parque nacional que cuenta con las mejores condiciones de observación del eland gigante, el más grande, más majestuoso pero también el más feroz de los antílopes africanos.

Las otras especies que se encuentran también allí son: elefantes, jirafas, leones, panteras, eland, búfalos, antílopes, hienas, babuinos, monos verdes, colobos, oso hormiguero, serval, jabalíes. Además para los observadores de aves ofrece cientos de especies de aves, entre ellos el

más grande como el jabirú o morabito, gigante hornbill abisinia, aves rapaces y buitres, águilas pescadoras, malabaristas, buitres marciales y también Rodillos abisinios brillantes calvas, verdes abejarucos y escarlata etc.

- El Parque Nacional Mefou fue creado en 1999 como parte de una colaboración entre el MINFOF (Ministerio de Bosques y Vida Salvaje) y con la ONG CWAF (Fundación Vida Salvaje Ayuda Camerún). En un área de aproximadamente 1.050 hectáreas, el parque también sirve de transición antes de la reintroducción de un animal alojado en el zoológico. Se encuentran principalmente gorilas y chimpancés.
- Las gargantas de Kola: se extienden sobre 700 metros de longitud. Los caminos están abiertos por el río Louti en la roca, como un camino dibujado y pulido, en tiempo de la estación seca se transforman en un laberinto de arena con cuevas y esculpidas por las aguas que tienen una profundidad de 20 m.
- El parque zoológico-botánico de Mvog-Betsi está situado en Yaundé, Camerún y es administrado por el Fondo de Ayuda Camerún Vida Salvaje, así como el Ministerio de Medio Ambiente y Bosques (MINEF) en Camerún. Esta especializado en el cuidado de primates y de otras especies como grandes felinos, reptiles y aves de presa.

4.1.4 Recursos culturales

RECURSOS CULTURALES
Patrimonio
el reino de Ngaoundéré, la región de Baham, la región du Noun (Foumban), la iglesia católica de Mariemberg, la ciudad de Douala, la roca de Nkom Etia, el museo de la Blackitude, el reino del Rey Bouba, reino de Garoua
Otros

El Monte Djim, La cueva de Ngog Lituba, la playa de Yoyo, Playas de Souelaba, la isla Manoka, las cascadas de Ekom Nkam , el Monte Fébé

Festivales

El Tokna Massana (en los pueblos Massa del extremo norte), el "Ngondo" (en los pueblos Sawa en el littoral), el "Nguma Mabi" (en los pueblos de los Mabi de Kribi en el sur), la "Mayi" (en los pueblos de Batanga, clan banôh de Kribi en el sur), el "Fébruary" (en los pueblos de Batanga, clan Bapuku de Kribi del sur), el "Ngouon" (en los pueblos Bamoun en el oeste), la fiesta de la gamba dorada (en los pueblos de Mabi de Kribi del sur) el "So'o" (en los pueblos Beti del centro), la fiesta del gallo (en los pueblos Toupouri en el extremo norte), el "Nyem-nyem" (en Galim-Tignère en la adamaoua), el "Medumba" (en los pueblos Bangangté en el oeste), el "Nyang nyang" (en los pueblos Bafoussam en el oeste), el "Guma" (en el norte)

4.1.5 Playas

Camerún posee 400 km⁶ de costa atlántica por lo tanto tiene todo lo necesario para atraer a los amantes del mar y la playa. Kribi y Limbe son los dos principales polos de atracción de playa en la costa de Camerún. Como las playas no es un producto que interesará mucho el segmento de la demanda, no se ha hablado mucho de sus aspectos.

La oferta turística de Camerún se reduce a los safaris en la parte norte del país; las estancias en balneario en de la costa atlántica que son Kribi y Limbe; la cultura de los pueblos, el patrimonio inmaterial en los eventos tradicionales, paisajes naturales, centros de artesanía; visitas a museos o excursiones en el bosque para ver a los pigmeos que tienen un estilo de vida tradicional especial de cazadores. Esta oferta turística se basa en las características naturales del país: el gran norte (las regiones de Adamawa, norte y extremo norte) El sur

⁶ <http://www.mintour.gov.cm/> [Consulta: 25 de mayo de 2015]

(zonas del centro, este y sur); Litoral Atlántico (regiones litorales, parte de la provincia del sur y del suroeste) y las mesetas del oeste (región del oeste y del noroeste) que siempre tendrán ofertas distintas.

4.2 Oferta privada

La oferta privada de Camerún muy diversa y bastante bien adaptado a la demanda que tiene hoy en día. La oferta se caracteriza por una fuerte presencia hotelera que representa en total unas 2226 plazas hoteleras⁷, de carácter casi exclusivamente privado. A nivel hotelero distinguimos diferentes clases de recintos. Se puede encontrar hoteles de 5***** a 1*, el más conocido de ellos siendo el Hotel Hilton.

En el sector de la restauración, nos podemos sorprender de la cantidad de restaurantes que tiene el país. se trata de pequeñas empresas familiares que ofrecer comidas típicas del país a precio muy asequibles.

5 Análisis de la demanda del mercado español

- Medio de transporte: El avión fue el medio de transporte más usado para los viajeros.
- Edad: A partir más o menos de 7 años hasta los 68 años, dependiendo del estado de salud de la persona.
- Nivel adquisitivo: El nivel adquisitivo es medio-alto, ya que son paquetes turísticos y que los billetes de aviones suelen ser un poco caro
- Tipo de grupo: Familias, amigos y parejas.
- Tamaño del grupo: Pueden ser grupos pequeños de 5-7 personas, que corresponderían a los grupos de familias o grupos de amigos, hasta grupos numerosos de 20-35 personas como serían las clases de estudiantes o profesores.

⁷ <http://www.stat.cm/downloads/Statistique/Structurelle/TOUR02.htm> [Consulta: 05 de mayo de 2015]

- Organización del viaje: La forma de organización de los turistas españoles que suelen viajar a África es mediante la contratación de

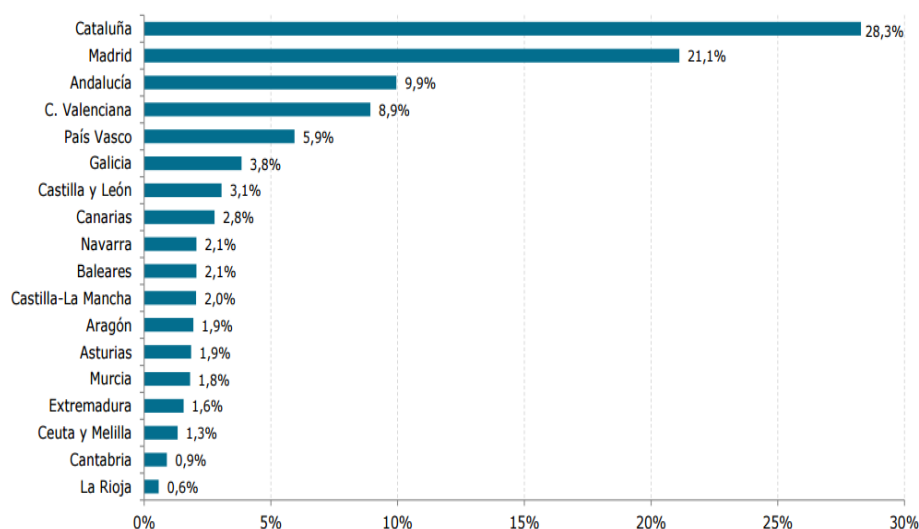
Paquetes turísticos en las agencias de viajes y turoperadores. Según la encuesta del turismo emisor de Familitur, el verano (julio, agosto) es la época del año cuando se viaja más al extranjero (16%).

No obstante, se viajan también el resto de épocas vacacionales como las Navidades (10,6%) y Semana Santa (8,3%).

Por esta razón las ofertas de paquetes para el destino Camerún se centraran más en estos meses y épocas del año cuando hay más fluctuaciones.

En la última encuesta de movimientos turísticos de los españoles (Familitur), en 2012 los españoles efectuaron 12,2 millones de viajes al extranjero siendo el 63% a la unión europea, el 10% al continente americano, 6,5% a Marruecos y el resto a otros continentes. Sabemos que el principal destino de África para los españoles es la parte norte del continente que tuvo un descenso en los viajes por la inestabilidad política de esos países. Camerún siendo un país subsahariano puede ser un perfecto destino potencial para este mercado ya que ofrece unos productos turísticos completos (ecoturismo, cultural, agroturismo, sol y playa, safari fotográfico...) que puede ser muy interesante para este tipo de mercado. Por esta razón, los paquetes turísticos que estarán ofertados serán en función del perfil de la demanda del mercado emisor español.

Tabla 1: Turismo emisor según comunidad autónoma.



Fuente: ITE movimientos turísticos de los españoles (Familitur 2012).

Este diagrama nos muestra que la comunidad de Cataluña es la que tiene el mayor porcentaje de viajes al extranjero, un 28 % tiene seguido de la Comunidad de Madrid con un 21,1% y vemos también que la Comunidad Valenciana ocupa el cuarto puesto con un 8,9%. Con estas cifras podemos decir que la promoción del destino Camerún se hará con mayor fuerza en: Cataluña, Madrid, Andalucía, Comunidad Valenciana y el País Vasco, porque serán los viajeros que están más dispuestos a hacer viajes fuera de su país.

6 Análisis de las comunicaciones

6.1 Accesos y medio de transportes en Camerún

6.1.1 Aeropuertos y puertos

El destino varios aeropuertos internacionales y nacionales⁸:

- Aeropuerto Internacional de Douala
- Aeropuerto Internacional de Yaoundé Nsimalen
- Aeropuerto Internacional de Garoua
- Aeropuerto Internacional de Maroua Salak
- Aeropuerto Bamenda
- Aeropuerto Bertoua
- Aeropuerto de Ngaoundéré

Por ahora, no hay una línea directa entre Camerún y España donde hay 4.012,01 km de distancia. Sin embargo, varias líneas aéreas ofrecen tráfico aéreo entre los dos países. Las principales compañías aéreas que salen desde España son: Air France con escala en el aeropuerto de Charles de Gaulles, Royal Air Marruecos con escala en el aeropuerto de Casa Blanca y Turkish Airline con escala en el aeropuerto de Estambul. Otras aerolíneas, además de Camerún Aerolíneas (CAMAIR-CO) garantizan la conexión con el resto de África.

⁸ Fuente: <http://www.adcsa.aero/index.php?id=35>[Consulta: 25 de mayo de 2015]

Camerún está también abierto al Atlántico a unos 400 km. Cuenta con cuatro puertos independientes⁹:

- El puerto ría de Douala
- El puerto marítimo de Kribi
- El puerto marítimo de Limbe
- El puerto fluvial de Garoua.

El puerto de Douala proporciona casi el 95% del tráfico portuario nacional. Se posiciona como el principal puerto en el África central y sirve a los países vecinos como Chad, la República Centroafricana (República Centroafricana) y el norte del Congo. De momento el puerto no recibe cruceros.

6.1.2 Carreteras y ferroviarias

Camerún es un país en vía de desarrollo como tal carece de las infraestructuras necesarias para una buena comunicación entre las ciudades a través de medios de transporte más habituales hoy en día. Aunque faltan carreteras, hay muchas compañías de autobuses y una compañía de tren Cameroon National Railway (CAMRAIL) que une las ciudades y las diferentes provincias. Los taxis y las motos son los transportes públicos más comunes dentro de las localidades. No es posible ir por carretera desde España a Camerún.

7 Promoción de Camerún para el mercado español

La promoción permite dar más visibilidad y a conocer mejor un destino. El Ministerio de Turismo del Camerún no se implica muy bien en la promoción del destino. Su falta de iniciativa de promoción por parte propia no ayuda a dar a

⁹ Fuente: <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Transport-maritime/Ports-autonomes-cameroun.htm> [Consulta: 10 de mayo de 2015]

conocer el país. Sin embargo, sí que cuenta con medios de promoción sobre su destino.

Según Ejarque “*Promover significa comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo*”¹⁰. Dado que en el caso de Camerún se trata de un destino con una oferta turística muy amplia y diversa, con poca estrategias, técnicas e instrumentos de promoción.

7.1 Objetivos de promoción generales para dicho mercado

El objetivo principal de la promoción turística de un destino en particular es incrementar las visitas o los viajes en aquel destino.

Objetivos:

- Dar a conocer el destino
- Orientar la promoción teniendo en cuenta el perfil del mercado.
- Diversificar la oferta turística con la diferenciación del producto con experiencias únicas y auténticas.
- Incrementar los flujos del turismo receptor.
- Explotar las oportunidades y posibilidades turísticas que presenta el destino.

7.2 Promoción física

La oficina de turismo de Camerún, es el elemento principal del fomento del turismo en el exterior. Aunque su promoción y su comercialización se hace

¹⁰ Josep Ejarque. (2005). Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Madrid: Pirámides, P.231

cada vez más frecuentemente vía medios digitales, una oficina de turismo sigue siendo un punto estratégico ya que muchos turistas siguen teniendo el reflejo de acercarse a ello para obtener la información necesaria al disfrute de sus vacaciones. Sin embargo su promoción en España es escasa ya que es la representación consular que se ocupa de ello pero hay poca información y marketing en los folletos y pancartas. Está representada en FITUR pero hay poca información y marketing. Como es un destino poco conocido el mercado español, no hay mucha promoción física en los catálogos de las agencias de viajes y tour operadores de España como otros países de África como Marrueco, Kenia, Mozambique.

7.3 Promoción digital

La promoción digital del país es tan escasa que las únicas páginas oficiales que promocionan el destino por esta vía son las páginas del ministerio del turismo y la oficina del turismo del país aparte de que no tiene un buen plan de marketing.

7.4 Análisis DAFO de la promoción actual de Camerún

➤ Debilidades

- Falta de promoción del país
- Carencia de estrategias de marketing por las entidades públicas y privadas para atraer todo tipo de turistas en el exterior
- Camerún en un destino muy poco conocido para los españoles
- No existen vuelos directos
- Falta de creatividad en el sector
- Carencia de infraestructuras turísticas en el interior del país

➤ Amenazas

- Destino poco conocido para los españoles porque muchas agencias de viajes y turoperadores no lo tiene en sus catálogos.
- Inexistencia de un plan turístico nacional
- Sector público poco implicado en el desarrollo de paquetes
- Precariedad de infraestructuras
- Posible falta de colaboradores y patrocinadores privados.
- Indiferencia del gobierno para el orientar el desarrollo del turismo a nivel nacional y facilitar las iniciativas privadas
- Falta de organización hace que las actividades carecen de un marco regulatorio y falta de inversión del sector pública y privada.
- Inestabilidad política
- Terrorismo
- Inseguridad en las fronteras

➤ Fortalezas

- Todo los tipos de ecosistema de África
- Productos turísticos diversificados
- Variedad climática y cultural
- Riqueza paisajística
- Extensos espacios naturales

- Voluntad de la administración local para potenciar la actividad turística mediante acciones de promoción.

➤ Oportunidades

- Desarrollo de nuevos canales de promoción (internet y redes sociales)
- Desarrollo de un producto turístico competitivo - destino " sol de invierno "
- Diversificación de productos con un enfoque en el ecoturismo y estancias en el turismo comunitario (agroturismo y el turismo cultural)

8 Propuesta de actuación para promocionar el país

8.1 Análisis CAME

➤ Corregir las debilidades

- Desarrollo de jornadas de puertas abiertas en escuelas, universidades así como empresas públicas y privadas para promover el destino.
- Innovar en la oferta de productos y servicios turísticos.
- Aumentar las vías rápidas de transporte.
- Promoción del país mediante política turística nacional.
- Incremento de colaboración para unas estrategias de marketing eficiente e eficaz entre las entidades públicas y privadas.
- Contratar a profesionales del sector para ofrecer un servicio adecuado al sector.

➤ Afrontar las amenazas

- Desarrollo de un plan turístico nacional
- Mejorar las infraestructuras
- Mayor implicación del gobierno y del sector privado en el sector turístico.
- Desarrollo de un marco regulatorio de sector con una mayor inversión del gobierno y el sector privado

➤ Mantener las fortalezas

- Potencializar y desarrollar nuevos productos
- Desarrollo de actividades relacionadas con su riqueza patrimonial
- Potencializar las acciones de promociones de la administración local
- Fortalecer la gestión del patrimonio cultural y natural

➤ Explotar las oportunidades

- Potenciación de productos autóctonos y agrícolas de alta calidad
- Explotar los diferentes tipos de turismo (agroturismo, ecoturismo, turismo familiar)
- Creación de canales de distribución de productos autóctono.

DAFO	CAME
<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • destino muy poco conocido para los españoles. • Falta de creatividad en el sector. • Carece vías de transporte terrestre. • Falta de promoción del país. • Carencia de estrategias de marketing 	<p><u>Corregir las debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de jornadas de puertas abiertas. • Innovar en la oferta de productos y servicios turísticos. • Aumentar las vías rápidas de transporte. • Promoción del país mediante política turística nacional. • Incremento de colaboración para unas estrategias de marketing eficiente e eficaz. • Contratar a profesionales del sector.
<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de un plan turístico nacional • Precariedad de infraestructuras • Déficit promocional del país • Indiferencia del gobierno para en el desarrollo del turismo • Falta de organización del sector pública y privada. • Déficit de una buena estrategia de marketing. 	<p><u>Afrontar las amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un plan turístico nacional • Mejorar las infraestructuras • Mayor implicación del gobierno y del sector privado en el sector turístico. • Desarrollo de un marco regulatorio de sector con una mayor inversión del gobierno y el sector privado

Fortaleza



- Toda África en un solo país
- Productos turísticos diversificados
- Variedad climática y cultural
- Destino autentico y sostenible
- Oportunidades
- Evolución en las comunicaciones
- Potencialidad de nuevos productos
- Voluntad de la administración local para potenciar la actividad turística
- Gran riqueza de patrimonio cultural y natural.

Mantener las fortalezas

- Potencializar y desarrollar nuevos productos
- Desarrollo de actividades relacionadas con su riqueza patrimonial
- Potencializar las acciones de promociones de la administración local
- Fortalecer la gestión del patrimonio cultural y natural

Oportunidades



- Desarrollo de nuevos canales de promoción referentes a internet y redes sociales.
- Desarrollo de un producto turístico competitivo - destino " sol de invierno "
- Apto para diferentes tipos de turismo (agroturismo, ecoturismo, turismo cultural).

Explotar las oportunidades

- Creación de canales de distribución de productos autóctono
- Potenciación de productos autóctonos y agrícolas de alta calidad
- Explotar los diferentes tipos de turismo (agroturismo, ecoturismo, turismo familiar)

8.2 Estrategias de promoción

La vía de comercialización más adecuada de Camerún es de través intermediarios (tour operadores físicas y online, agencias de viajes físicas y online) que serán los primeros destinatarios para la acción promocional porque la venta será con paquetes turísticos que es más fácil, cómodo y accesible para los turistas. Por lo tanto para este tipo de canal de comercialización se utilizará la estrategia *push* (empuje).

La estrategia promocional basada en la intervención sobre los intermediarios llamado *push*,” es una forma más simple de aproximación de mercado y también la más fácil y económica, porque deja en manos de los turoperadores todo el peso de la acción promocional de venta de un destino turístico y de los servicios y productos”¹¹ con el *Push* los resultados será a corto plazo es ventajoso para este tipo de destino porque los intermediarios actualizan sus catálogos. Después de la elección del tipo de estrategia de promoción, es necesario saber los instrumentos promocionales que se puede usar para este tipo de destino.

8.3 Instrumentos y técnicas de promoción

El destino turístico “Camerún” requiere las vías directas para contactar con los intermediarios que se encargaran por una parte de promocionarlo en el mercado español. Varios instrumentos de promoción serán usado para este efecto entre los cuales tenemos: las ferias de turismo, los viajes educacionales o *fam trip*, la publicidad y *workshop*.

8.3.1 Las ferias de turismo

Cada año se celebra en muchos países ferias turísticas de todo tipo. En España por ejemplo tenemos: FITUR de Madrid (ya participa pero no tiene un stand promocional llamativo). Estas ferias sirven para un primero contacto con empresas que distribuyen producto turísticos (tour operadores, agencias de

¹¹ Josep Ejarque. (2005).Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Madrid: Pirámides ,p.234

viajes, etc.) aunque es recomendable establecer un contacto previo con tour operadores en sus propias sedes para fijar encuentros durante las ferias o para negociar posteriormente¹².

8.3.2 Los viajes educativos o *fam trip*

Los viajes educativos sirven para dar informaciones, familiarizarse y promocionar un destino. Se suelen proponer a los intermediarios turísticos precisamente los que deciden sobre que destinos deben aparecer en sus catálogos. Estos viajes permiten conocer en profundidad el destino, crear contactos con empresarios locales para poder llegar a un tipo de acuerdo. Por esta razón es muy importante a quien dirigirse. La idea sería contactar con los touroperadores o agencias de viajes que tienen y organizan paquetes turísticos especiales a África del este, del oeste y Sudáfrica.

8.3.3 La publicidad

La publicidad requiere muchos gastos pero en este caso se puede usar instrumentos sustitutivos como los catálogos, folletos o páginas webs de los tour operadores o agencias de viajes, las guías turísticas y también por internet (Facebook, Youtube, Instagram). En la siguiente tabla vemos los diferentes medios y soportes que pueden utilizarse para la promoción del destino Camerún.

Tabla 2: Medios y soportes publicitario tradicionales e innovadores

Tipos de medios	Descripción y características
Prensa escrita turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Revistas profesionales del sector (Traveler.es, Viajes National Geographic). • Guías turísticas
Instrumento turístico específico	<ul style="list-style-type: none"> • Catálogo de tour operadores:

¹² Josep Ejarque. (2005). Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Madrid: Pirámides ,p 236

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Convencionales (Catai, Dimensiones, Politour, Special tour, etc.) ✓ Especialistas (Club África, Marco polo etc.) • Guías de destino: Iberia, turistas lo serás tú etc.
--	--

Fuente: Elaboración propia con el libro¹³ .

8.3.4 Los workshops

Los *workshops* son encuentros de profesionales de un sector definido que discuten y argumentan sobre un tema de interés común. Estos encuentros ayudan a la presentación de un destino como Camerún favoreciendo el intercambio de informaciones con turoperadores locales e internacionales. Permite presentar la ofertar turística para un segmento de la demanda o la conquista de turistas potenciales como españoles.

Ya que a la hora de viajar el turista involucra: sus sentimientos, su tiempo, su dinero, su esfuerzo y muchas expectativas; es muy importante cuidar estos aspectos en el momento de ofrecerle y venderle un destino que es una de las tareas de la promoción. Todos los instrumentos y técnicas de promociones que se utilizarán van a permitir la distribución e introducción de los productos turísticos del destino en el mercado español.

8.3.5 Blogs y redes sociales

La promoción mediante los blog y las redes sociales en la actualidad, son unos instrumentos muy poderosos y rápidos a la hora de dar a conocer un destino.

¹³ Isabel Milio Balanzá. *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson Editores Spain,p.185

Los blogs especialistas de viajes, donde los autores describen sus aventuras y experiencias ayuda fomenta la toma de decisión de los turistas. Hay muchos blogs especiales de viajeros españoles a África, pero la mayoría son de viajes en la parte del norte, del oeste o del sur del continente. Es necesario la creación de un blog autentico y original del destino “Camerún “para darle mayor visibilidad.

Las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, los usuarios podrán interactuar de forma inmediata sobre dudas relacionado con un destino como Camerún. Es un gran canal de promoción porque los viajeros curiosos siempre buscan informaciones, opiniones, recomendaciones y experiencias de otros para decidir lo que les interesan más.

8.4 Diseño de paquetes turísticos experienciales

Camerún posee un potencial enorme con la existencia en su territorio una gran diversidad de los ecosistemas de África. A estos recursos naturales, se añade la diversidad cultural y su múltiple herencia histórica. Pone a disposición del turista unos productos turísticos experienciales ricos y variados que se componen de atractivos naturales y culturales.

El objetivo es diseñar una serie de paquetes turísticos con el fin de que sean comercializados en diferentes agencias de viaje y turoperadores españoles que suelen ofrecer viajes África (Circuitos, Kirunna, Especial Tour, Cataitour, Transrutat, Dimensiones club, Politour, Club África, Marco polo) y que sea una alternativa al turismo de “Sol y Playa”. Mediante esta tarea se pretende la toma de contacto mediante los canales de distribución y comercialización de paquetes turísticos para el fomento interés de los españoles al destino “Camerún”.

Se va a dividir el país en 2 grandes regiones turísticas como ilustrado en el mapa:

- El Gran norte
- El Gran sur y la región costera

Cada paquete estará compuesto de rutas culturales y naturales, de varias actividades (en ganadería, en artesanía, gastronómica, de agricultura, de pesca, de safari fotográfico y ornitológico)

8.4.1 Turismo experiencial en el gran norte

- Día 1. Actividades propuestas:
Ruta por el parque nacional de Waza donde se podrá hacer safari fotográfico y turismo ornitológico.

Ilustración 4: Jirafas en el parque nacional de Waza



Fuente: <http://famouswonders.com/>

- Día 2. Actividades propuestas:
Ruta cultural por la ciudad de Maroua donde los turistas van a visitar y aprender a hacer llaveros con madera en el centro artesanal de la ciudad.

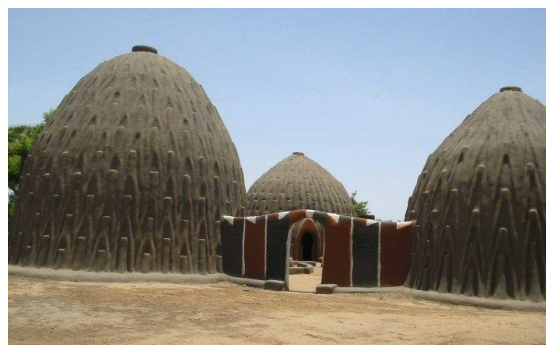
Ilustración 5 Centro artesanal de Maroua



Fuente: <http://www.camnews24.com/fr/economie/cam1>

- Día 3. Actividades propuestas:
Ruta por la valle del Logone. El turista español va a realizar un paseo en un barco por el lago Maga, en el que puede ver muy cerca a muchos hipopótamos. Desde allí se cogerá la dirección de Yagoua donde se encuentra la espectacular casa de obuses de los pueblos

Ilustración 6: Casas de obuses



Fuente: <http://dafouarchitecture.blogspot>

Musgum que tiene una arquitectura especial donde se podrá también beber una bebida típica de esta zona que es una cerveza de mijo llamado "bil-bil".

➤ Día 4. Actividades propuestas:

Ruta por los pueblos Fali que tienen unos ritos animistas y danza tradicional muy peculiar. Después degustación del maíz y carne a hecha a la braza.

Ilustración 7: Preparación a un rito animista



Fuente: <http://www.cdandlp.com/>

➤ Día 5. Actividades propuestas:

Visita de las gargantas de Kola tarde libre.

.

➤ Día 6. Actividades propuestas:

Ruta por los lamidats (sistema de gobierno tradicional islámico) de Garoua y Ngaoundére se va a llevar el turista a visitar los jefes tradicionales llamados "lamidos" para entender su sistema de gobierno.

Ilustración 8: El lamido y su tropa



Fuente: <http://cameroun.unblog.fr>

Los vuelos serán por las compañías aérea Royal Air Maroc, Air France o Turquís Arpiñe. Los alojamientos serán pequeños albergues o pensiones locales también hay posibilidad de ser acogida por familias durante la estancia.

8.4.2 Turismo experiencial en el gran sur y la región costera

- Día 1. Actividades propuestas:

Ruta por El parque zoológico-botánico de Mvog-Betsi en Yaundé que está especializado en el cuidado de primates y de otras especies como grandes felinos, reptiles y aves de presa.

- Día 2 y 3. Actividades propuestas.

Paseo por la reserva del Ndja dentro del gran bosque del país con una noche de acampanado.

Ilustración 9: Reserva del Ndja.



Fuente: <http://www.nomade-aventure.com/>

- Día 3 y 4. Actividades propuestas:

Ruta por el pueblo de Bipindi donde viven los

pigmeos. la salida permitirá vivir experiencias únicas con estas personas del bosque que solo vive de agricultura, de la caza y de la pesca. Además les turistas españoles podrá iniciarse a al cultivo de plátano, a la medicina tradicionales de este pueblo que se transmite de padres a hijos.

Ilustración 10: Los pigmeos de Camerún



Fuente: <http://cocomagnanville.over-blog>

- Día 4. Actividades propuestas:

Ruta por los países Bamilekes donde los turistas podrán asistir a ceremonias de boda o actos tradicionales de este pueblo.

Ilustración 10: Fiesta tradicional de los Bamilikes



Fuente: <http://www.podcastjournal.net/>

Ilustración 11: Las Cascadas del Lobé

- Día 5. Actividades propuestas:
Ultimo día, visita de las cascadas del Lobe y relax por la playa de Kribi con degustación de las Gambas o Cigalas cocinada al estilo camerunés.



Fuente:<https://commons.wikimedia.org/wiki/>

9 Conclusión

Para concluir podemos decir que Camerún dispone de un potencial turístico enorme que no está muy bien promocionado y comercializado ya que solo es muy conocido del mercado francés. En cuanto a la promoción, los turoperadores, agencias de viajes, asociaciones turísticas puede ser un gran soporte y canal de distribución internacional para comunicar y vender los productos turísticos del destino para los clientes potenciales españoles.

Por una parte el gobierno debería estar muy activo en los eventos internacionales relacionados con el turismo como FITUR por ejemplo, realizar reuniones de informaciones con los intermediarios turísticos y afianzar productos existentes con la intención de crear nuevas oportunidades para la difusión de Camerún en España con el fin de una adecuada promoción del destino para el mercado español. Por otra parte el sector privado deberá estar en colaboración con el sector público para el desarrollo de buenas estrategias de marketing ofreciendo paquetes auténticos que permitirá captar más turistas españoles.

Por esta razón Camerún tiene que seguir el ejemplo y aprender de la experiencia de otros países más o menos dotados por la naturaleza que él para reactivar su turismo mediante una buena estrategia promocional como mencionada arriba. Kenia es uno de los ejemplo a seguir. De hecho, durante la

investigación del Steigenberger Consulting Group GMBH (1973 y 1976), Camerún estaba por delante de Kenia. Por otra parte el éxito de Kenia es porque el 10% de su territorio está sujeto a la conservación de la biodiversidad y la fauna, que atrae alrededor de 780.000 visitantes extranjeros a Kenia anualmente, sino también la acción del sector privado con más de doscientas empresas orientadas al turismo (Tchindjang et al, 2006).

10 Bibliografía

Libros

Georges Caves y Robert Lanquar, (2001). *L'aménagement touristique et le développement durable*. France: Presse Universitaire de France.

Isabel Milio Balanzá. *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson Editores Spain.

Josep Ejarque. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid: Pirámides.

Mónica, P. (2004). *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundi-Prensa.

Steigenberger Consulting GMBH (1973). *Planification touristique au Cameroun* : Francfort.

Steigenberger Consulting GMBH (1976). *Rentabilité en devises des investissements touristiques au Cameroun*. 106p. Francfort.

Tchidjang, M., Abossolo, S.A., Amougou, J.A. et MENGA F.V. (2006). *Les difficultés de développement de l'écotourisme dans les aires protégées du Cameroun*. Instituto de Estudos Sócio-Ambientais; Boletim Goiano de Geografia Vol 26 N2, Jul/Déc 2006. Pp.11-47; 12fig. 7tab. Rio de Janeiro, Brésil.

Fuentes informáticas

Camerún service. < http://www.camerounservice.com/Tourisme_extremenord.php>
[Consulta: 30 de abril 2015]

Découvrir et aimer le Cameroun. < <http://www.editions2015.com/cameroun>> [Consulta:
25 de mayo de 2015]

Instituto de Estudios Turísticos. < <http://www.iet.tourspain.es>> [Consulta: 24 de abril de
2015]

Investir au Cameroun. < <http://www.investiraucameroun.com> > [Consulta: 22 de marzo
de 2015]

Planet expert. < <http://www.planet-expert.com> > [Consulta: 28 de junio de 2015]

Population du monde. < <http://populationsdumonde.com/fiches-pays/cameroun> >
[Consulta: 30 de abril de 2015]

Portal de estadística de Camerún.

<<http://www.stat.cm/downloads/Statistique/Structurelle/TOUR03.htm>> [Consulta: 25 de
mayo de 2015]

Portal del servicio del primer ministro de Camerún. < <http://www.spm.gov.cm> >
[Consulta: 30 de abril de 2015]

Portal oficial del turismo en Camerún. <<http://www.mintour.gov.cm>> [Consulta: 9 de
marzo de 2015]

11 Anexos

ANEXO 1

Datos de interesantes del país

informaciones	2014
Capital	Yaoundé
Superficie	475442 Km2
Densidad	40,6 hab. /km2
Población	23 130 708 habitantes
Tasa de crecimiento de la población	2,6%
Tasa de natalidad de la población (1000 habitantes)	36,58% natalidades
Tasa de mortalidad (1000 habitantes)	10,4 % fallecimientos
Tasa de fecundidad	5 niños
Esperanza de vida	Mujer: 59 años Hombre: 57 años
Lenguas oficiales	Francés (70%) Ingles (30%)
Lenguas locales	Más de 230 lenguas
Religiones ¹⁴	Christianos:53% Musulmanes:22% Animistas :25%

Fuentes: elaboración propia con datos del

<http://www.stat.cm/downloads/Statistique/Structurelle/TOUR03.htm>

¹⁴ [\(PNUD - rapport mondial sur le développement humain, 2005\)](#) [Consulta: 9 de Julio de 2015]