

CLAVES DEL DESARROLLO TURISTICO: EL TURISMO EN EL MEDITERRANEO ()*

1. INTRODUCCIÓN

La información de la que disponen los agentes turísticos, cuando interactúan en los mercados, ha experimentado un avance cualitativo, en relación al panorama existente hace pocos años. Este cambio obliga a los destinos y a las empresas turísticas a adoptar estrategias de gestión que respondan a los nuevos retos que establecen los mercados. A continuación se exponen un conjunto de factores clave del desarrollo del turismo así como las cifras y relaciones más importantes del turismo en los países del Mediterráneo.

2. DIEZ FACTORES CLAVE DEL DESARROLLO TURISTICO

Existen varios factores clave que deben tomarse en consideración a la hora de abordar el desarrollo presente del turismo y su evolución futura en los destinos mediterráneos:

1. **El desarrollo sostenible del turismo** – debería concebirse el turismo como un sector que puede desempeñar una función capital en el progreso y diversificación de la estructura económica y social del país. Para que la labor sea fructífera a largo plazo, la planificación y la gestión turísticas deberán realizarse con la participación de todos los agentes involucrados y de acuerdo a los principios de sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental. Frente al desafío del cambio climático, el sector turístico tiene un papel importante que desempeñar en lograr una mayor concienciación del problema existente y de la necesidad tanto de adaptarse a las consecuencias como de mitigar su propio impacto. Esto implica una transición hacia una economía verde, cuyo objetivo sea la reducción progresiva de las emisiones de carbono. El turismo debe integrarse en las estrategias de economía verde: la creación de empleos verdes, la innovación y el uso de la tecnología en programas en favor de la eficiencia energética y de las energías renovables, la inversión en infraestructura verde. Mediante los programas de responsabilidad social corporativa, las empresas turísticas pueden incorporar criterios de sostenibilidad a sus políticas de gestión.
2. **La cooperación**
 - en la esfera pública, entre las administraciones nacionales de turismo y demás instituciones que intervienen en ámbitos de importancia capital para el turismo como la economía, la cultura, el transporte, la inmigración, la seguridad, la formación, la investigación o las infraestructuras;
 - entre los sectores público y privado;
 - entre los actores del sector privado, promoviendo la competencia cooperativa y la asociatividad;
 - entre las partes interesadas a escala nacional, regional y local;
 - en el ámbito subregional y a escala internacional con organizaciones como la OMT, la Unión Europea, la Unión por el Mediterráneo y otras instituciones que pueden desempeñar un papel crucial en el ámbito del desarrollo del turismo.
3. **El marco institucional y jurídico** – fomentar la creación de un entorno propicio, estable, efectivo, flexible y fluido para la inversión, los negocios y la circulación de las personas a través de la mejora y flexibilización de los controles fronterizos, la puesta en marcha de políticas de liberalización del transporte, la protección al consumidor, la

definición de políticas impositivas transparentes, la implementación de sistemas de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales son la gran base empresarial del turismo.

4. **Las infraestructuras** – fomentar la creación de infraestructuras y mejorar las ya existentes en los ámbitos del transporte (hacia los destinos e internamente), de los sistemas de información público-privados, del alojamiento y de las instalaciones claves para el desarrollo de productos como turismo cultural, de naturaleza, de reuniones y congresos, deportivo, de salud, turismo rural, cruceros, o el turismo comunitario
5. **Mejora de la gestión municipal del turismo** – incentivar los procesos de descentralización y mejorar la gestión local del turismo en todas sus componentes: ordenación territorial y urbanística, creación de sistemas de información municipal y comarcal que ordenen y visualicen los productos y recursos turísticos, bienestar social, calidad del entorno, entre otros.
6. **La diversificación de los destinos y el desarrollo de productos** – los destinos mediterráneos poseen características únicas para el desarrollo de una gama extensa de productos que complementen el ya tradicional turismo de sol y playa. Productos en torno al turismo de salud, de deportes, de naturaleza, de reuniones y conferencias, de cruceros, urbano o cultural, forman parte de la oferta turística de la región. La creciente competencia entre los destinos mediterráneos conduce a explorar nuevos nichos de mercado y a crear nuevos productos (o redefinir los ya existentes) de modo que respondan a las preferencias y exigencias del consumidor actual. De esta manera pueden atraerse nuevos segmentos que contribuyan, por una parte, a la desestacionalización de la demanda y, por otra, a aumentar la calidad de la oferta turística.
7. **Más y mejor comercialización y promoción** – la planificación, los estudios de mercado, la creación de imagen de marca, la segmentación, la evaluación de las actividades de promoción y en especial una mayor integración de las tecnologías de la información en las actividades de promoción y comercialización – sacando mayor partido a las posibilidades que ofrece la Web 2.0 – son factores clave para la mejora de la competitividad turística. Igualmente la promoción y comercialización conjunta puede constituir un valor añadido. Así mismo, se deberá buscar la ampliación de los mercados emisores y de los segmentos, lo que comprende: el mercado interno, el mercado regional cercano; los mercados de media o larga distancia y las comunidades específicas, como los nacionales residentes en el extranjero.
8. **La formación y el perfeccionamiento de los recursos humanos** – la competitividad cada vez mayor de los mercados exige que se ponga especial atención en los recursos humanos como punto prioritario. Es cada vez más necesaria una estrecha colaboración entre las empresas, en su mayoría pequeñas y medianas, y los destinos para responder a las expectativas del visitante, maximizar su satisfacción y procurar fidelizarlo. Tanto los puestos existentes como los numerosos puestos que se generarán en los próximos años requieren de mayores niveles de conocimiento y habilidades (idiomas, nuevas tecnologías, perfil y necesidades del visitante, etc). Las cambiantes exigencias de los diferentes segmentos turísticos desembocan en la necesidad de crear nuevos oficios como los diseñadores de productos turísticos. Por otro lado, la formación en turismo

requiere adecuar permanentemente los programas educativos en vigor, en los diferentes niveles, a las exigencias del mercado de trabajo. Éstas deben determinarse como resultado de proyectos de investigación propiciados conjuntamente entre administraciones con competencias en turismo, empresas y destinos. Debe prestarse especial atención al fomento de la formación universitaria en turismo, con especial referencia a los programas especializados de posgrado para la consolidación de directivos de alto nivel para empresas y destinos.

9. **La evaluación y gestión de riesgos** – la cantidad y la diversidad de los riesgos que pueden entorpecer la actividad turística ha aumentado considerablemente en los últimos años, redundando en una necesidad creciente de adoptar medidas de prevención y preparación ante posibles desastres, incluyendo una eficaz estrategia de comunicación. Para ello se deberá tener en cuenta la información disponible y las prácticas idóneas que sugieren las experiencias exitosas, la necesidad de fomentar la solidaridad y cooperación internacionales, la necesidad de enfoques que permitan la movilización coordinada de las instituciones implicadas y demás partes interesadas dentro y fuera del sector turístico, la exigencia de un sólido compromiso político con el turismo y del reconocimiento de su contribución económica y social, y la necesidad de prestar apoyo a los países menos desarrollados para que fortalezcan sus mecanismos de preparación y su capacidad de reacción ante posibles crisis.
10. **La investigación, el conocimiento y la información sobre el sector** son elementos clave para mejorar la planificación y gestión del desarrollo turístico de los destinos y de las empresas. Dichos elementos pueden plasmarse en la implementación de la Cuenta Satélite del Turismo, el fomento de la investigación aplicada, la creación de sistemas de información turística basados en metodologías compartidas entre los destinos mediterráneos.

3. PANORAMA DEL TURISMO EN EL MEDITERRÁNEO

Cifras clave 2009

- 292 millones de llegadas de turistas internacionales (33% del total mundial)
- 248 mil millones de dólares EE.UU. (€ 179 mil millones) de ingresos por turismo internacional (29% del total mundial)
- 500 dólares EE.UU. (€ 360) per cápita de ingresos por turismo internacional frente a los 125 dólares (€ 90) del promedio mundial
- 130 mil millones de dólares EE.UU. (€ 88 mil millones) de gastos por turismo internacional (14% del total mundial) en 2008
- Un superávit de 148 mil millones de dólares EE.UU. (€ 101 mil millones) en la balanza turística en 2008
- 4,2 millones de habitaciones en hoteles y establecimientos asimilados

Turismo en el Mediterráneo en 2009

- La crisis económica mundial, agravada por la incertidumbre en torno a la pandemia de gripe A (H1N1) hizo que 2009 fuera uno de los años más difíciles para el sector del turismo. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo disminuyeron 4.2%, alcanzando un total de 880 millones.
- En 2009, la región mediterránea recibió 292 millones de llegadas de turistas internacionales, un 3.5% menos en comparación con el año anterior. En su conjunto, los 29 destinos mediterráneos captan el tercio de las llegadas registradas en el mundo.
- Según los datos disponibles, los destinos mediterráneos muestran unos resultados mixtos en 2009. Los destinos europeos han sido los más afectados por la recesión, registrando la mayor parte resultados negativos durante el año. Sólo Italia, Montenegro (ambos +1%), la República de Macedonia y Turquía (ambos +2%) crecieron en términos de llegadas. Mientras que la mayoría de los destinos mediterráneos del Norte de África y de Oriente Medio resistieron mejor a los embates de la crisis, creciendo a tasas positivas, incluso algunos con doble dígito como el Líbano (39%) y Siria (+12%).
- En cuanto a los ingresos por turismo internacional, la región mediterránea generó 248 mil millones de dólares (29% del total mundial), expresados en dólares EE.UU. y a precios corrientes (€ 179 mil millones). En 2009, la región percibió 30 mil millones de dólares menos (-11%) en comparación con el año anterior.
- Tras 14 meses consecutivos de descenso, las llegadas de turistas internacionales en el mundo volvieron a crecer en el último trimestre de 2009. Según los datos de la actualización de agosto del Barómetro del Turismo Mundial de la OMT (Interim Update), las llegadas en el mundo han crecido en un 7% entre enero y junio de 2010, continuando el proceso de recuperación iniciado a finales de 2009. La OMT proyecta un crecimiento entre 3% y 4% de las llegadas a nivel mundial para 2010. El crecimiento de las llegadas

en Europa sería entre 1% y 3%, en África entre 4% y 7% y en Oriente Medio entre un 5% y 9%. Estas previsiones auguran unos mejores resultados para la región mediterránea en 2010.

	Población	Llegadas de turistas internacionales ¹							Ingresos por turismo internacional ²									
		(mn)	Series	(1000)				Cuota	Variación		(millones \$EEUU)				Cuota	Variación	por llegada	per cápita
				2000	2007	2008	2009*	(%)	media anual		2000	2007	2008	2009*	(%)	(%)	\$EEUU	\$EEUU
				2009	2009*	09*/08	00-09*	2009*	2009*	09*/08	2009*	2009*	09*/08	2009*	2009*			
Mundo	6.792		683.000	901.000	919.000	880.000	100	-4,2	2,9	478.000	858.000	941.000	852.000	100	-9,5	970	125	
<i>Mediterráneo</i>	<i>495</i>		<i>240.551</i>	<i>298.592</i>	<i>302.882</i>	<i>292.285</i>	<i>33,2</i>	<i>-3,5</i>	<i>2,2</i>	<i>141.387</i>	<i>254.227</i>	<i>277.936</i>	<i>248.456</i>	<i>29,2</i>	<i>-10,6</i>	<i>850</i>	<i>500</i>	
Portugal	10,6	TF	12.097	12.321	5.243	10.145	10.943	9.650	1,1	-11,8	..	905	
España	45,8	TF	46.403	58.666	57.192	52.231	5,9	-8,7	1,3	29.967	57.645	61.628	53.177	6,2	-13,7	1.020	1.160	
Andorra	0,1	TF	2.946	2.189	2.059	1.830	0,2	-11,1	-5,2	
Francia	62,6	TF	77.190	80.853	79.218	74.200	8,4	-6,3	-0,4	32.978	54.273	56.573	49.398	5,8	-12,7	665	790	
Mónaco	0,0	THS	300	328	324	265	0,0	-18,3	-1,4	
Italia	59,8	TF	41.181	43.654	42.734	43.239	4,9	1,2	0,5	27.493	42.651	45.727	40.249	4,7	-12,0	930	675	
Malta	0,4	TF	1.216	1.244	1.291	1.183	0,1	-8,4	-0,3	587	910	950	821	0,1	-13,7	695	1.975	
San Marino	0,0	THS	43	69	115	
Eslovenia	2,0	TCE	1.090	1.751	1.771	1.668	0,2	-5,8	4,8	965	2.283	2.841	2.511	0,3	-11,6	1.505	1.245	
Croacia	4,4	TCE	5.831	9.307	9.415	9.335	1,1	-0,9	5,4	2.782	9.254	10.971	8.880	1,0	-19,1	950	2.000	
Bosnia-Herzegovina	4,0	TCE	171	306	322	311	0,0	-3,3	6,9	233	728	816	681	0,1	-16,6	2.190	170	
Serbia y Montenegro	..	TCE	239	30	0,0	
Montenegro	0,6	TCE	..	984	1.031	1.044	0,1	1,2	630	758	662	0,1	-12,6	635	1.105	
Serbia	7,4	TCE	..	696	646	645	0,1	-0,2	865	944	865	0,1	-8,4	1.340	115	
Ex Rep. Y. Macedonia	2,1	TCE	224	230	255	259	0,0	1,7	1,6	38	185	228	218	0,0	-4,5	840	105	
Albania	3,2	TF	..	2.515	2.592	389	1.373	1.720	1.816	0,2	5,5	..	570	
Grecia	11,2	TF	13.096	16.165	15.939	14.915	1,7	-6,4	1,5	9.219	15.513	17.114	14.506	1,7	-15,2	975	1.300	
Bulgaria	7,6	TF	2.785	5.151	5.780	5.739	0,7	-0,7	8,4	1.074	3.550	4.204	3.728	0,4	-11,3	650	495	
Turquía	70,5	TF	9.586	22.248	24.994	25.506	2,9	2,0	11,5	7.636	18.487	21.951	21.250	2,5	-3,2	835	300	
Chipre	0,8	TF	2.686	2.416	2.404	2.141	0,2	-10,9	-2,5	1.941	2.685	2.737	2.162	0,3	-21,0	1.010	2.715	
Rep. Arabe Siria	20,4	TCE/TF	2.100	4.158	5.430	6.092	0,7	12,2	12,6	1.082	2.884	3.150	
Libano	3,9	TF	742	1.017	1.333	1.851	0,2	38,9	10,7	..	5.216	5.819	6.774	0,8	16,4	3.660	1.755	
Israel	7,3	TF	2.417	2.068	2.572	2.321	0,3	-9,7	-0,4	4.114	3.095	4.144	3.634	0,4	-12,3	1.565	500	
Palestina	4,3	THS	310	264	387	396	0,0	2,2	2,7	283	212	269	
Jordania	6,0	TF	1.580	3.430	3.729	3.789	0,4	1,6	10,2	723	2.311	2.943	2.911	0,3	-1,1	770	485	
Egipto	76,7	TF	5.116	10.610	12.296	11.914	1,4	-3,1	9,8	4.345	9.303	10.985	10.755	1,3	-2,1	905	140	
Jam. Arabe Libia	6,3	TF	174	38	34	75	74	74	
Túnez	10,4	TF	5.058	6.762	7.049	6.901	0,8	-2,1	3,5	1.682	2.575	2.953	2.773	0,3	-6,1	400	265	
Argelia	35,0	VF	866	1.743	1.772	1.912	0,2	7,9	9,2	96	219	325	
Marruecos	31,7	TF	4.278	7.408	7.879	8.341	0,9	5,9	7,7	2.039	7.162	7.168	6.556	0,8	-8,5	785	205	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, agosto 2010)

¹ La serie llegada de turistas se refiere a 'llegadas de turistas internacionales a las fronteras' (excluyendo los visitantes del día)² Incluye ingresos por turistas y visitantes del día.

* = figura o datos provisionales; .. = figura o datos que (todavía) no están disponibles;
 | = cambio de serie
 Serie de llegadas de turistas internacionales – TF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (salvo visitantes del día); VF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día); THA: Llegadas de turistas internacionales en hoteles y establecimientos asimilados; TEC: Llegadas de turistas internacionales en establecimientos colectivos

Llegadas internacionales

- El número de llegadas de turistas internacionales – es decir, llegadas de residentes en el extranjero que pernoctan en dichos destinos por todo tipo de motivos, como los viajes de ocio o negocios, o las visitas a parientes y amigos – varía considerablemente según la capacidad, el desarrollo y la madurez de los destinos.
- La región mediterránea cuenta con cuatro destinos que están entre los diez primeros destinos mundiales: Francia (1ro, 74 millones), España (2do, 52 millones), Italia (5to, 43 millones) y Turquía (7mo, 26 millones). Estos cuatro destinos generan casi el 70% del total de las llegadas de turistas internacionales a los 29 destinos mediterráneos. Detrás de estos, Grecia (15 millones), Egipto (12 millones) y Portugal (12 millones en 2007) destacan con un volumen de llegadas entre 10 y 15 millones. Otro grupo de destinos que recibe más de 5 millones de llegadas son Croacia (9 millones), Marruecos (8 millones), Túnez (7 millones), Bulgaria y Siria (ambos 6 millones). Otros, con llegadas entre 1 y 4 millones comprenden Andorra, Malta, Eslovenia, Montenegro, Chipre, Líbano, Israel, Jordania y Argelia.
- El crecimiento medio anual entre 2000 y 2009 de las llegadas de turistas internacionales en el área mediterránea es de 2,2%. Los destinos más maduros como Francia, España, Italia o Grecia han crecido por debajo de la media regional, algunos incluso con tasas negativas. Mientras que los destinos emergentes crecen muy por encima de la media en el mismo período. Tales son los casos de Turquía (+12%) o Marruecos (+8%). En menos de diez años, Turquía ha pasado de 9 a 25 millones de llegadas y Marruecos ha duplicado el número de llegadas acercándose a su meta de 10 millones. Además de los atractivos naturales y culturales, factores tales como una buena relación calidad precio, una mayor conectividad aérea, una promoción activa y creativa, entre otros, han repercutido positivamente en sus resultados. Otros casos a destacar son Croacia (5%), Eslovenia (+5%), Bosnia-Herzegovina (7%), Bulgaria (+8%), Argelia (+9%), Egipto (10%), Líbano (11%) y Siria (13%).
- Además de turistas, muchos de los destinos mediterráneos reciben también un número considerable de visitantes internacionales de día (excursionistas). No obstante, el hecho de que varios destinos no den parte de estos datos no hace posible estimar la cantidad total. Según los datos disponibles, en Francia (114 millones), los excursionistas son más numerosos que los turistas. En el caso de Andorra (8 millones), estos son cuatro veces más que los turistas. España (40 millones), Italia (28 millones) y Jordania (3.4 millones), también presentan cifras importantes, aunque más cercanas del número de llegadas.
- Los cruceros son un producto turístico por excelencia con circuitos que pueden recorrer las diferentes áreas geográficas del mediterráneo. Los cruceros, que mueven alrededor de 14 millones de pasajeros en todo el mundo, constituyen también una fuente importante de ingresos por turismo. Según los datos disponibles, los cruceristas son importantes para las islas de Malta (556 mil) y Chipre (221 mil). Los cruceristas en Mónaco (232 mil) prácticamente igualan al número de turistas. En el Norte de África, Túnez (669 mil) y Marruecos (330 mil) son también importantes receptores de cruceristas.

Llegadas de visitantes internacionales (por categoría)

	de las cuales														
	Turistas (visitantes que pernoctan)					Visitantes del día					de los cuales				
	(1000)					(1000)					Crucevistas				
	1995	2000	2005	2008	2009*	1995	2000	2005	2008	2009	1995	2000	2005	2008	2009
Mundo	533.000	683.000	802.000	919.000	880.000										
<i>Mediterráneo</i>	<i>179.741</i>	<i>240.551</i>	<i>268.944</i>	<i>302.882</i>	<i>292.285</i>										
Portugal	9.511	12.097	10.612	13.340	15.691	10.561	215	226
España	34.920	46.403	55.914	57.192	52.231	19.489	28.177	36.649	40.478
Andorra	..	2.946	2.418	2.059	1.830	..	8.042	8.631	8.135
Francia	60.033	77.190	74.988	79.218	74.200	110.841	114.353
Mónaco	233	300	286	324	265	23	76	133	232	..
Italia	31.052	41.181	36.513	42.734	43.239	24.654	21.522	22.717	27.985
Malta	1.116	1.216	1.171	1.291	1.183	77	171	320	556	..
San Marino	28	43	50	115	2.057	1.997
Eslovenia	732	1.090	1.555	1.771	1.668
Croacia	1.485	5.831	8.467	9.415	9.335
Bosnia-Herzg	..	171	217	322	311
Serbia y Montenegro	228	239	724
Montenegro	1.031	1.044
Serbia	646	645
Ex Rep.Y.Macedonia	147	224	197	255	259
Albania	2.592	83
Grecia	10.130	13.096	14.765	15.939	14.915	582	472	1.173
Bulgaria	3.466	2.785	4.837	5.780	5.739	4.539	2.137	2.445	2.753
Turquía	7.083	9.586	20.273	24.994	25.506	644	842	852	1.343
Chipre	2.100	2.686	2.470	2.404	2.141	153	226	187	227	..	39	135	176	221	..
Rep. Arabe Siria	815	2.100	3.571	5.430	6.092	..	1.312	2.288	1.521	..	10	9
Libano	450	742	1.140	1.333	1.851
Israel	2.215	2.417	1.903	2.572	2.321	416	..	318	255	13	46	..
Palestina	..	310	88	387	396
Jordania	1.075	1.580	2.987	3.729	3.789	..	1.120	2.831	3.372	..	7	10	26	32	..
Egipto	2.871	5.116	8.244	12.296	11.914	262	390	363	540
Jam. Arabe Libia	56	174	81	34	..	1.776	789	8	..
Túnez	4.120	5.058	6.378	7.049	6.901	66	186	597	669	..
Argelia	520	866	1.443	1.772	1.912
Marruecos	2.602	4.278	5.843	7.879	8.341	150	180	233	330	..

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, agosto 2010)

* = figura o datos provisionales; .. = figura o datos que (todavía) no están disponibles;

| = cambio de serie

Serie de llegadas de turistas internacionales – TF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (salvo visitantes del día); VF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día); THA: Llegadas de turistas internacionales en hoteles y establecimientos asimilados; TEC: Llegadas de turistas internacionales en establecimientos colectivos

Capacidad y ocupación hoteleras

En 2008, los destinos mediterráneos disponían de 4,2 millones de habitaciones en hoteles y establecimientos asimilados, lo que correspondía al 20% del total mundial. La mitad de la capacidad total se concentra en tres destinos: Italia (1,1 millón de habitaciones), España (839 mil) y Francia (628 mil). Superan las 200 mil habitaciones Grecia (375 mil), Turquía (267 mil) y Egipto (211 mil) mientras que Portugal (121 mil) y Túnez (119 mil) superan las 100 mil. Un número importante de destinos disponen de una capacidad hotelera entre las 10 y 80 mil habitaciones. Macedonia (6 mil), Albania (4 mil), Palestina (4 mil) y Mónaco (2,6 mil) disponen de capacidades más pequeñas.

Los datos relativos a las pernoctaciones en los hoteles y establecimientos asimilados pone de relieve la importancia del turismo interno en países como Francia e Italia, donde las pernoctaciones de turistas internos superan a las de los turistas internacionales. Esto contrasta con la mayor parte de los países mediterráneos, donde el número de pernoctaciones de visitantes internacionales en hoteles y establecimientos asimilados supera el generado por los visitantes internos.

Por lo que respecta a los índices de ocupación, según los datos disponibles, Egipto (76%) presenta el más elevado mientras que Montenegro, Macedonia (19% ambos) y Serbia (22%) los más bajos.

Capacidad en hoteles y establecimientos asimilados, pernoctaciones de turistas internacionales y residentes y tasa de ocupación

	Hoteles y establecimientos asimilados												Tasa de ocupación				
	Habitaciones				Pernoctaciones												
					de turistas internacionales				de turistas internos								
	2000	2005	2007	2008*	(1000)				(1000)				(%)				
2000	2005	2007	2008*	2000	2005	2007	2008*	2000	2005	2007	2008*	2000	2005	2006	2007	2008*	
Mundo	17.062.000	19.228.000	20.446.000	21.093.000									56	57	57	57	56
<i>Mediterráneo</i>	<i>3.477.721</i>	<i>3.974.777</i>	<i>4.121.298</i>	<i>4.234.022</i>	<i>1.295.058</i>	<i>1.283.274</i>	<i>1.390.685</i>	<i>1.401.184</i>	<i>1.551.865</i>	<i>1.968.100</i>	<i>1.986.572</i>	<i>1.938.325</i>	<i>52</i>	<i>50</i>	<i>51</i>	<i>51</i>	<i>51</i>
Portugal	97.709	116.123	117.976	121.013	25.785	25.388	28.670	28.127	16.171	17.877	19.295	19.190	42	47	41	43	41
España	677.134	797.354	821.143	838.522	233.897	209.518	225.008	223.773	110.750	143.874	156.653	152.043	59	54	56	56	54
Andorra	..	14.096	12.882	13.011	8.628	6.762	6.512	5.900
Francia	589.174	613.798	614.532	627.825	585.443	502.700	536.310	523.206	967.281	1.282.478	1.266.184	1.223.337	60	59	60	62	61
Mónaco	2.240	2.649	2.773	2.623	72	58	59	64	61
Italia	966.138	1.020.478	1.058.910	1.079.465	140.357	148.501	163.466	161.797	198.528	206.754	213.176	211.869	43	40	41	41	40
Malta	20.051	17.912	17.528	18.265	10.266	10.933	11.017	11.262	47	53	51	57	..
San Marino	496	718	767	54	55	57	..
Eslovenia	16.265	15.811	17.251	17.706	3.277	4.399	4.868	4.843	3.232	3.173	3.393	3.569	39	48	48	47	46
Croacia	81.272	80.743	76.087	77.157	34.045	45.987	49.575	50.626	5.138	5.434	6.431	6.478	25	29	35	35	34
Bosnia-Herzegovina	4.439	8.687	10.789	11.064	389	485	695	719	560	533	642	678	15
Serbia y Montenegro	37.371	865	10.008	22
Montenegro	17.965	18.074	..	1.584	6.443	6.965	..	3.628	851	829	19
Serbia	..	22.236	24.023	25.142	..	992	1.476	1.399	..	5.508	5.853	5.935	..	23	23	23	22
Ex Rep. Y. Macedonia	6.636	6.883	7.214	5.922	494	443	518	587	1.941	1.527	1.502	1.648	15	11	11	12	19
Albania	2.954	3.516	4.320	4.088	20	51	63	63	61
Grecia	312.993	358.721	367.992	375.067	47.024	40.734	48.081	47.974	15.162	14.530	17.339	17.651	65	59	60	57	57
Bulgaria	..	90.593	103.841	107.990	5.170	11.624	12.022	11.802	3.384	4.447	6.059	6.493	28	38	36	33	..
Turquía	155.441	230.605	251.470	266.881	28.511	56.108	56.540	56.918	16.476	18.819	22.248	20.832	37	52	47	51	52
Chipre	43.363	45.202	43.799	42.898	16.816	14.006	13.197	13.209	603	1.052	1.181	1.171	65	62	60	62	64
Rep. Arabe Siria	15.461	18.798	20.863	21.735	5.997	49.194	56.373	73.492	23	64	65	67	66
Líbano	14.500	16.735	17.760	18.362	28
Israel	45.594	50.314	50.582	50.910	10.352	7.149	8.878	10.752	12.104	15.238	15.847	15.407	60	48	47	49	52
Palestina	4.708	3.691	4.094	4.270	1.106	34	16	16	25	36
Jordania	17.485	20.827	21.782	22.507	..	4.488	4.239	4.726	..	1.064	1.221	1.293	39	48	41	45	54
Egipto	113.611	170.776	190.191	210.847	73	64	61	63	76
Jam. Arabe Libia	11.815	971	54
Túnez	98.726	114.919	117.864	119.248	56	52	52	52	53
Argelia	33.544	41.404	42.435	42.500
Marruecos	46.618	59.864	68.454	73.061	52	47	49	48	45

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, agosto 2010)

* = figura o datos provisionales; .. = figura o datos que (todavía) no están disponibles;
 | = cambio de serie
 Serie de llegadas de turistas internacionales – TF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (salvo visitantes del día); VF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día); THA: Llegadas de turistas internacionales en hoteles y establecimientos asimilados; TEC: Llegadas de turistas internacionales en establecimientos colectivos

La importancia económica del turismo internacional

- Se estima que los ingresos de los destinos mediterráneos por turismo internacional ascendieron a 248 mil millones de dólares estadounidenses (€ 179 mil millones) en 2009, lo que corresponde al 29% del total mundial (852 mil millones de dólares EE.UU. /611 mil millones de euros).
- España, segundo en el mundo por ingresos turísticos, es el destino que genera mayores ingresos (53 mil millones de dólares), seguida por Francia (49 mil millones de dólares) e Italia (40 mil millones de dólares). De lejos siguen Turquía con 21 mil millones de dólares, Grecia con 15 mil millones y Egipto con 11 mil millones de dólares generados por turismo internacional. Portugal, Croacia y Marruecos generan entre 6 mil y 10 mil millones de dólares. Por su lado, Eslovenia, Albania, Bulgaria, Chipre, Israel, Jordania y Túnez captan entre 1 y 4 mil millones de dólares. El ingreso por turismo internacional del resto de los destinos es inferior a mil millones de dólares. El ingreso medio por llegada de turista en el Mediterráneo es de 850 dólares y, con respecto a la población, supone 500 dólares per cápita. El ingreso por llegada más alto se produce en el Líbano (3.660 dólares). Tanto España, Eslovenia, Bosnia y Herzegovina, Serbia, Chipre e Israel, superan los mil dólares por llegada.

La importancia económica del turismo, 2008

	Exportaciones (ingresos)		Importaciones (gastos)		Saldo		Export. mercancía y servicios de las cuales		Producto Interior Bruto (PIB)		Turismo en PIB según	
	viajes	transporte pasajeros	viajes	transporte pasajeros	viajes	transporte pasajeros	ingresos viajes + transp. pasajeros		ingresos viajes + transp. pasajeros		Cuenta Satélite del Turismo (CST)	
	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. millón)	(\$EE.UU. 1000 millón)	%	(\$EE.UU. 1000 millón)	%	%	(año de referencia)
Mundo	941.000	185.000	941.000	185.000	0	0	19.901	5,7	60.917	1,8		
<i>Mediterráneo</i>	<i>277.936</i>	<i>36.169</i>	<i>129.820</i>	<i>29.177</i>	<i>148.116</i>	<i>6.992</i>	<i>2.768</i>	<i>11,3</i>	<i>9.284</i>	<i>3,4</i>		
Portugal	10.943	3.063	4.322	957	6.621	2.106	82,8	16,9	245	5,7	4,6	2006
España	61.628	8.253	20.347	6.485	41.280	1.767	429,5	16,3	1.602	4,4	6,5	2004
Andorra	1,0	0,0	4	..		
Francia	56.573	10.590	41.375	8.825	15.198	1.765	770,1	8,7	2.867	2,3	4,0	2006
Mónaco	1,8	0,0	7	..		
Italia	45.727	2.561	30.772	6.889	14.955	-4.328	670,4	7,2	2.307	2,1		
Malta	950	256	437	51	514	205	6,8	17,7	8	14,4		
San Marino	3,7	0,0	2	..		
Eslovenia	2.841	258	1.315	253	1.526	5	37,0	8,4	55	5,7	3,9	2003
Croacia	10.971	401	1.126	43	9.845	358	29,5	38,5	69	16,4		
Bosnia-Herzg	816	94	298	63	518	31	6,9	13,3	19	4,9		
Montenegro	758	..	43	..	714	..	1,9	40,6	5	16,7		
Serbia	944	172	1.254	184	-309	-12	15,0	7,4	49	2,3		
Ex Rep.Y.Macedonia	228	34	136	54	92	-20	5,0	5,3	10	2,7		
Albania	1.720	135	1.555	89	165	46	3,8	48,4	13	14,3		
Grecia	17.114	170	3.941	16	13.173	154	79,6	21,7	352	4,9		
Bulgaria	4.204	1.027	2.291	1.000	1.912	27	30,6	17,1	50	10,5		
Turquía	21.951	3.068	3.506	525	18.445	2.543	176,0	14,2	730	3,4		
Chipre	2.737	452	1.548	303	1.189	149	14,2	22,5	25	12,6	9,0	2006
Rep. Arabe Siria	3.150	26	800	110	2.350	-84	19,4	16,4	54	5,8		
Libano	5.819	498	3.564	733	2.255	-234	24,0	26,3	29	21,4		
Israel	4.144	751	3.439	1.007	705	-256	81,2	6,0	202	2,4	1,8	2004
Palestina	269	..	534	..	-265	..	1,2	23,1	6	4,4		
Jordania	2.943	596	1.004	136	1.939	459	12,4	28,6	21	16,7		
Egipto	10.985	1.119	2.915	475	8.070	644	54,8	22,1	162	7,5		
Jam. Arabe Libia	74	25	1.277	62	-1.203	-37	62,2	0,2	90	0,1		
Túnez	2.953	956	458	97	2.495	859	25,2	15,5	41	9,6		
Argelia	325	..	469	..	-144	..	88,2	0,4	170	0,2		
Marruecos	7.168	1.664	1.092	820	6.076	844	33,7	26,2	89	9,9	6,5	2006

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©, Fondo Monetario Internacional (FMI),
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).
Eurostat

(Cifras procedentes de la OMT, agosto 2010)

* = figura o datos provisionales; .. = figura o datos que (todavía) no están disponibles;
| = cambio de serie
Serie de llegadas de turistas internacionales – TF: Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (salvo visitantes del día); VF:
Llegadas de turistas internacionales en las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día); THA: Llegadas de turistas internacionales en
hoteles y establecimientos asimilados; TEC: Llegadas de turistas internacionales en establecimientos colectivos

Turismo internacional en la balanza de pagos de los destinos mediterráneos

Para los países de destino, los ingresos por turismo internacional se cuentan como ingresos de exportación y comprenden los ingresos procedentes de todo tipo de transacciones relativas al consumo de bienes y servicios por los visitantes extranjeros (por ejemplo, servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, transporte dentro del país, combustible, servicios recreativos, compras, etc.). Esto se aplica a las transacciones tanto de los excursionistas como de los turistas. Los ingresos devengados por los excursionistas pueden ser cuantiosos, especialmente en los casos de países limítrofes en los que los visitantes transfronterizos compran grandes cantidades de bienes y servicios. En la balanza de pagos estos ingresos se asientan en el rubro «viajes». En ésta no se recogen, no obstante, los ingresos de los transportes internacionales contratados por residentes en otros países a empresas afincadas en el país de destino, que se registran por separado bajo otro rubro («transporte internacional de pasajeros»). Asimismo, los gastos en turismo internacional de los residentes de un país se consideran como gastos de importación y se incorporan como débito a la balanza de pagos.

- En el año 2008, los ingresos por viajes en los destinos mediterráneos ascendieron a 278 mil millones de dólares, además de los 36 mil millones de dólares que, según se estima, se ingresaron por concepto de transporte internacional de pasajeros. Paralelamente, ese año se gastaron 130 mil millones de dólares en viajes y casi 29 mil millones en transporte internacional, dejando un saldo positivo de 148 mil millones de dólares por viajes y de 7 mil millones por transporte de pasajeros. El ingreso neto por viajes y transporte de pasajeros es particularmente importante en países como España, Croacia, Grecia, Turquía, Egipto y Marruecos.
- Los cerca de 314 mil millones de dólares de ingresos por turismo internacional y transporte de pasajeros generados en el 2008 representan en torno al 11% del importe total de las exportaciones de bienes y servicios y tienen un valor equivalente al 3,4% del Producto Interior Bruto (PIB) del Mediterráneo. Cabe señalar que los ingresos por turismo y transporte internacional suponen el 48% de los ingresos derivados de la exportación en Albania y 41% en Montenegro.
- Varios destinos disponen de los datos estimados en la Cuenta Satélite de Turismo (CST) sobre la parte del PIB correspondiente al turismo. Se trata de un indicador mucho más exhaustivo pues también contempla el turismo interno, la inversión, las importaciones turísticas, etc. Según los datos disponibles de la CST, la parte del turismo en las economías nacionales del Mediterráneo oscila entre el 9,0% en Chipre y el 1,8% en Israel.

Nota metodológica

Se consideran 29 destinos mediterráneos para el análisis. Entre estos figuran los destinos con ribera en el Mediterráneo, así como aquellos cuyas tradiciones y cultura están de una forma u otra vinculadas al Mediterráneo. Los 29 destinos mediterráneos se clasifican según las (sub) regiones definidas por la OMT:

Europa Occidental: Francia

Europa Meridional/Mediterránea: Portugal, España, Andorra, Mónaco, Italia, Malta, San Marino, Eslovenia, Croacia, Bosnia y Herzegovina, Montenegro, Serbia, Albania, Grecia, Turquía, Macedonia, Chipre, Israel.

Europa Central/Oriental: Bulgaria

África del Norte: Marruecos, Túnez, Argelia

Oriente Medio: Egipto, Jordania, Líbano, Palestina, Siria, Libia

En los cuadros con series históricas figuran además los datos correspondientes a Serbia y Montenegro.

(*) Documento realizado por el Programa de Tendencias del Turismo y la Secretaría de Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo y por la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga.