

El turismo en los Países Asociados Mediterráneos (PAM): Repercusiones para España.

Autores: Rocío Sánchez Lissen (rslissen@us.es)

Alfonso Expósito García (alfonsoe@us.es)

Departamento de Teoría Económica y Economía Política

Universidad de Sevilla (Sevilla)

Tel. 954 55 13 14. Fax. 954 55 76 29

Resumen:

Desde 1986, la UE lleva a cabo una política de cooperación en el Mediterráneo en materia turística que se ha materializado en la creación de los Fondos MEDA y en la celebración de la primera Conferencia Euromediterránea sobre el Turismo en el Desarrollo Duradero de 1993, así como la Cumbre Euromediterránea de Barcelona en 1995. Esta política de cooperación considera a la actividad turística como una fuente de ganancias para las economías del área mediterránea, debido a sus efectos equilibradores sobre sus balanzas de pagos, la atracción de inversión extranjera, la creación de empleo y la generación de mayores niveles de renta. Sin embargo, la competencia entre estas economías por unas mismas tipologías de turismo internacional (turismo de sol y playa, así como turismo cultural) implica una serie de retos y riesgos para el sector turístico de los países mediterráneos de la UE, que alcanza una especial importancia en el caso de España por su elevada dependencia del sector. En este sentido, este trabajo analiza el desarrollo del sector turístico en los países mediterráneos asociados a la UE (Argelia, Marruecos, Túnez, Egipto, Jordania, Líbano, Siria, Israel, Palestina, Chipre, Malta y Turquía, también conocidos como PAM) durante los últimos diez años y en sus dos dimensiones, de oferta y demanda, con el objetivo de identificar los desafíos que la competencia de estos países plantea para el sector turístico español.

1. Introducción.

Durante el siglo XX la actividad turística se ha convertido en el primer sector económico en importancia de la economía mundial y en una de sus industrias de más rápido desarrollo. Así, entre 1950 y 2000 los ingresos turísticos internacionales han pasado de 2,1 a 475 mil millones de dólares, representando a finales del siglo pasado el 11 por ciento del producto interior bruto mundial. El movimiento global de turistas internacionales también ha registrado un importante crecimiento a lo largo de los últimos cincuenta años del siglo XX, pasando de 25 millones de turistas en 1950 a 698 millones en 2000. La Organización Mundial de Turismo (OMT) ha estimado que durante la primera década del siglo XXI los desplazamientos turísticos seguirán en aumento con una tasa de crecimiento anual del 3,6 por ciento, ígeramente inferior a la registrada durante la última década del siglo XX, que fue del 4 por ciento.

En este contexto, la región mediterránea se ha convertido en el destino turístico más solicitado, atrayendo cada año a más de un tercio de los turistas internacionales. Asimismo, los ingresos de la actividad turística generan unos beneficios que se materializan en una mejora del saldo de la balanza de pagos, una mayor creación de empleo y en un aumento de la renta disponible en estos países. Todo ello ha hecho que el turismo se haya convertido en una de las principales fuentes de riqueza, empleo y divisas para la gran mayoría de las economías del Mediterráneo.

Desde la firma del primer Acuerdo de Asociación Euromediterránea (AEM) entre la UE y Túnez (julio de 1995), se han sucedido una serie de acontecimientos relevantes en relación con la consolidación de la AEM: firma de los correspondientes acuerdos con el resto de países de la cuenca sur mediterránea; celebración de la Conferencia Euro-Mediterránea de Barcelona (noviembre de 1995) y aprobación por el Consejo de Ministros de la UE del Reglamento MEDA (julio de 1996) que da contenido económico y jurídico a la AEM¹. Aunque el principal objetivo de la AEM es el establecimiento de una zona de libre comercio entre la UE y cada uno de los países asociados mediterráneos (Argelia, Marruecos, Túnez, Egipto, Jordania, Líbano, Siria, Israel, Autoridad Palestina, Chipre, Malta y Turquía) mediante la eliminación progresiva de las barreras arancelarias que afectan al comercio de

¹ La ayuda financiera se concretó en 4.685 millones de euros para el período 1995-1999 y en una cuantía similar en créditos del Banco Europeo de Inversiones.

bienes, la UE persigue con ello alcanzar la deseada estabilidad y prosperidad en el Mediterráneo.

En el campo turístico, desde 1986 la UE lleva a cabo una política de cooperación en el Mediterráneo a través de una serie de programas e inversiones de sus fondos que se ha ido renovando a lo largo de la década de los noventa. Esta colaboración en materia turística se vio reforzada con la celebración de la primera Conferencia Euro-Mediterránea sobre el turismo en el desarrollo duradero en 1993, que ha tenido continuidad en la Cumbre Euro-Mediterránea de Barcelona (1995) y en los Programas MEDA I (1995-99) y MEDA II (2000-06) (Montaner Montejano, 2002). Asimismo, en la Declaración Final de Barcelona, firmada por todos los PAM y la UE, se hace una especial referencia a la cooperación euromediterránea en materia turística tanto en la promoción del área como destino del turismo internacional y el intercambio de conocimientos, como en la provisión y armonización de la información estadística del sector en todos los países firmantes².

2. Aspectos socioeconómicos e importancia del turismo en los PAM.

Los países integrados en la AEM pertenecen a tres diferentes regiones económicas del mundo³. Una de ellas es el *Norte de África*, la zona más próxima a España, integrada por cinco países, de los cuales cuatro pertenecen a la AEM: Argelia, Egipto, Marruecos y Túnez. La población de estos países en el año 2000 era de algo más de 132,5 millones de habitantes. Se trata de una población relativamente joven, ya que el porcentaje de ella con edad inferior a los 15 años supera a la media mundial y casi dobla a la media de la UE que es del 17 por ciento. Asimismo, se trata de una población en rápido aumento, con una tasa anual de crecimiento prevista para la década 2000-2010 en torno al 1,5 por ciento. Aunque esta región del mundo suponía sólo el 1,4 por ciento de la producción mundial en el año 2000, lo que la colocaba en el décimo puesto entre las trece regiones del mundo consideradas, hay que tener en cuenta sus importantes recursos naturales (fosfatos, petróleo y gas) y su potencial productivo en agricultura y pesca, industria y servicios. Además, otro factor positivo a tener en cuenta es el comportamiento moderado de los aumentos en los precios, que la sitúa en la tercera región mundial con menos tasa de inflación.

² De esta forma surge el programa MED-Tour, cuyo principal objetivo es la construcción de una base estadística del sector turístico en los países miembros de la AEM homogénea y comparable.

³ Véase la obra, *Claves de la Economía Mundial*, 1ª edición (2000) y 2ª edición (2002), que ofrece una división del mundo en trece regiones.

Los principales atractivos turísticos de estos países se centran en su rico pasado cultural, unido a la lengua árabe y la religión islámica como factores comunes. No obstante, las viejas y arraigadas tradiciones culturales, que exigen un respeto a las costumbres locales, pueden suponer una barrera para un adecuado desarrollo de la actividad turística. A ello se añaden, como factores negativos, el bajo porcentaje relativo de gasto público en salud respecto al PIB (1,9%), un insuficiente nivel de alfabetización de su población adulta (con porcentajes entre el 69,9 por ciento de Túnez y el 48 por ciento de Marruecos), así como la escasa vinculación de estos países con el mundo de las telecomunicaciones, en términos de ordenadores personales por habitante (16 por ciento de la media mundial) y de accesos a internet (0,27%).

En cuanto a los países de la AEM pertenecientes a la región del mundo denominada *Oriente Medio*: Israel, Jordania, Líbano, Palestina y Siria, reúnen a una población que en 2000 ascendía a algo más de 31,5 millones de habitantes, destacando Siria con unos 16 millones. Al igual que los del norte de África, estos países tienen una población relativamente joven, especialmente elevada en el caso de Siria con un 40 por ciento con edad inferior a los 15 años. Además, la tasa de crecimiento anual de la población prevista para la década 2000-2010 es relativamente elevada, destacando Jordania y Siria, con algo más del 2 por ciento, lo que casi duplica las previsiones para Israel y Líbano. Se trata de economías muy abiertas, con tasas de crecimiento del PIB real moderadamente altas y sin graves problemas de inflación.

Desde el punto de vista social, Israel es el país que presenta unos indicadores más halagüeños, con un porcentaje de gasto público en salud respecto al PIB del 6 por ciento en 1998, lo que contrasta con el 0,8 por ciento de Siria. Igualmente Israel está a la cabeza de estos países en número de ordenadores por cada mil habitantes (245,7 en 1999), así como en accesos a internet (260,6 por cada diez mil habitantes en 2000), contrastando fuertemente con los respectivos valores de Jordania (13,9 y 1,5) y Siria (14,3 y 0,0). Estos países cuentan con unos niveles de capital humano superiores a los del norte de África, lo que se refleja en unos índices de alfabetización que van desde el 95,8 por ciento de Israel al 73,6 por ciento de Siria.

Como los países del norte de África, los de Oriente Medio también cuentan con un rico pasado cultural y un predominio de la lengua árabe y la religión islámica. Como factor negativo a tener en cuenta desde el punto de vista turístico se encuentran los continuos conflictos bélicos en la zona, especialmente entre Israel y la Autoridad Palestina, agudizado en los momentos actuales.

Finalmente, Chipre, Malta y Turquía, son países encuadrados en la región denominada *Países Candidatos a la UE*, de los cuales Turquía y la parte turca de Chipre se han quedado fuera de la última ampliación europea. Con algo más de 65 millones de habitantes distribuidos en una superficie de 780.580 Km², Turquía supera notablemente a la población de Chipre y Malta en 2000, elevando la cifra de habitantes entre los tres países a algo más de 66,4 millones. Turquía es el país que presenta una tasa anual de crecimiento de la población prevista para la década señalada más alta (1,1%) frente al 0,55 de Chipre y el 0,71 de Malta. Asimismo, mientras estos dos últimos países se caracterizan por un crecimiento económico estable y tasas de inflación relativamente bajas, la economía turca registra incrementos muy altos de su nivel de precios (cerca del 55 por ciento en 2000) y tasas de crecimiento del PIB real muy inestables.

Desde el punto de vista social, también Turquía refleja un bajo nivel tanto en porcentaje de gasto público en salud respecto al PIB, como en los indicadores del grado de penetración de las nuevas tecnologías y nivel de alfabetización de la población, claramente inferiores a los de Chipre y Malta. Aunque estos países se configuran ya como importantes destinos turísticos en el Mediterráneo, la próxima integración de estos países en la UE elevará su atractivo para los turistas europeos e internacionales.

La considerable importancia del turismo en los países que conforman la orilla sur del Mediterráneo, a la que ya nos hemos referido, varía dependiendo del país y el indicador que se utilice. Como es sabido, la inseguridad asociada a los problemas que generan el integrismo islámico y el terrorismo presente en alguno de estos países, junto a una delicada situación política, han supuesto un freno para el desarrollo de este sector en los casos de Argelia, Siria, Líbano, Israel y Palestina, aunque también han afectado de forma puntual a Turquía y Egipto. Por otra parte, la localización en la zona de grandes reservas de combustibles fósiles, principalmente gas y petróleo, que proporcionan a algunos de estos países la mayor parte de sus divisas, ha relegado al turismo a un segundo plano en la explicación de su desarrollo económico, como es el caso de Argelia.

No obstante, los ingresos por turismo internacional representaron en el año 2000 importantes porcentajes del PIB de estos países (cuadro 1), entre los que destacan Chipre (21,8%), Malta (18,2%), Jordania (8,6%), Túnez (7,7%) y Marruecos (6,1%). Asimismo, los ingresos por turismo recibidos por los países de la cuenca sur mediterránea han experimentado un espectacular crecimiento durante la década de los noventa, destacando los

incrementos de Egipto (295%), Turquía (136%), Israel (121%), Marruecos (62%) y Túnez (60%). En relación al empleo en el sector turístico de los PAM, éste ha registrado un crecimiento superior al observado para el conjunto de la UE (2,3%) y España (3,1%) en el período 1993-1999, destacando los aumentos de Turquía (92%), Argelia (48,1%), Túnez (28%) y Marruecos (15,7%).

Ingresos por turismo

(en miles de millones de dólares, porcentaje del PIB y tasas de variación).

País	Ingresos por turismo						Tasas de variación	
	1990		1995		2000		1990-1995	1996-2000
	Miles millones	%PIB	Miles millones	%PIB	Miles millones	%PIB		
Argelia	0,064	10,3	0,027	0,06	0,024	0,05	-0,578	-0,111
Marruecos	1,260	4,9	1,790	4,0	1,890	6,1	0,421	0,059
Túnez	0,948	7,7	1,390	7,7	1,50	7,7	0,469	0,074
Egipto	1,10	2,5	2,68	4,5	4,35	4,4	1,440	0,699
Jordania	0,51	12,7	0,65	9,6	0,72	8,7	0,273	0,107
Líbano	-	-	0,71	6,4	0,74	4,5	-	0,045
Siria	0,32	2,6	1,34	11,7	0,47	2,8	3,180	-0,646
Israel	1,40	2,6	2,96	3,4	3,10	2,8	1,120	0,046
Palestina	-	-	0,13	3,5	0,15	3,6	-	0,230
Chipre	1,26	22,5	1,79	20,2	1,89	21,8	0,421	0,059
Malta	0,496	21,4	0,66	20,3	0,65	18,2	0,331	-0,015
Turquía	3,23	2,1	4,96	2,9	7,64	3,8	0,537	0,540
<i>PAM</i>	10,58	-	19,08	-	23,14	-	0,803	0,212
<i>España</i>	18,60	3,6	25,40	4,3	31,00	5,5	0,365	0,221

Fuente: Banco Mundial, Eurostat.

Cuadro 1.

3. La oferta turística en los PAM y España.

El concepto de oferta turística empleado en este trabajo es el número de establecimientos y plazas hoteleras regladas en cada uno de los países analizados. Los importantes problemas que surgen de la falta de homogeneidad en las fuentes de los datos está siendo actualmente solventada por Eurostat. Aunque la mayor parte de la información estadística utilizada en este estudio procede de este organismo, existen aún deficiencias en los datos presentados, que son de diferente importancia dependiendo del país considerado.

Centrándonos ya en el análisis de la oferta turística en los países mediterráneos considerados en este trabajo, cabe decir que el número de establecimientos hoteleros ha crecido durante la última década del siglo XX en todos los PAM (excepto en Malta), así como en España, (cuadro 2). Sin embargo, las transformaciones que está experimentando el sector a nivel mundial en cuanto a la estructura de la oferta turística en términos de una mayor concentración empresarial en la industria hotelera y un aumento en la capacidad de sus establecimientos, aconseja centrar el análisis en la evolución del número de plazas, así como en la calidad y la capacidad de la oferta.

El número de plazas hoteleras disponibles en los PAM se ha incrementado en un 69,7 por ciento durante el período 1990-2000, aunque este aumento ha sido mayor en países como Egipto (124,7%), Jordania (115%), Turquía (86,6%), Israel (83,9%) y Túnez (69%), superando así el crecimiento registrado en España, que fue del 41,6 por ciento en ese mismo período. El elevado crecimiento experimentado por la oferta hotelera en los PAM ha permitido por tanto acortar distancias entre la capacidad de alojamiento de estos países y España. Así, mientras que en 1990 la oferta española superaba a la del conjunto de los PAM en 187.000 plazas, en el año 2000 esta diferencia se redujo a 56.000 (cuadro 2). Cabe destacar, que aunque todos los países de la cuenca sur del Mediterráneo compiten por la misma tipología de turismo (turismo de sol y playa, así como turismo cultural), Turquía, Egipto, Túnez y Marruecos son los países que disponen de una oferta turística más consolidada, acorde con su cada vez mayor importancia como destinos del turismo internacional.

El tamaño de los establecimientos hoteleros, medido por el número de plazas disponibles por establecimiento es, por regla general, mayor en los PAM que en España y el conjunto de la UE. Así, la capacidad media de los establecimientos hoteleros españoles en 1990 (98,5 plazas) era superada por todos los PAM, excepto por Marruecos, Jordania y Siria. En 1999, el número medio de plazas por establecimiento había aumentado respecto a 1990 en todos los PAM (excepto en Argelia), alcanzándose una capacidad media de los establecimientos hoteleros en estos países de 145 plazas, mientras que en el caso de España, ésta se redujo a 80 plazas (cuadro 3).

La mayor capacidad de los establecimientos hoteleros en los PAM se explica por dos hechos. Por un lado, estos países presentan una elevada penetración de las grandes cadenas hoteleras extranjeras, que tienden por regla general a la creación de grandes complejos

turísticos. En ocasiones, estos “resorts” turísticos se comportan como microciudades dentro del país visitado, lo que reduce el impacto de la actividad turística en la economía. Por otro, y al contrario de lo que ocurre en el caso de la UE y en menor medida en España, en estos países existe una escasa presencia de empresas hoteleras locales, que por regla general presentan un tamaño más reducido y un carácter más familiar.

Oferta turística reglada.

País	Establecimientos			Plazas (miles de camas)			% de 3 estrellas ó +	
	1990	1995	2000	1990	1995	2000	Establec.	Plazas
Argelia	380	653	821	54	62	72	17,03**	55,30**
Marruecos	1.415	1.553	1.720	111	123	128	16,23**	45,3**
Túnez	508	612	736	117	161	197	49,86*	72,07*
Egipto	632	752	1.010	101	129	227	56,15**	25,90**
Jordania	229	294	452	16	21	34	-	24,55**
Líbano	-	191	235	-	15	22	53,74**	63,62**
Siria	450	454	474*	29	31	33*	17,93**	52,15**
Israel	245	298	340	58	75	106	-	-
Palestina	-	60	106	-	6	9	-	-
Chipre	461	537	583	58	77	85	27,41**	49,53**
Malta	256	256	229	34	37	40	37,90**	53,86**
Turquía	1.229	1.769	1.733*	165	280	308*	38,56*	58,63*
PAM	5.805	7.429	8.439	743	1.017	1.261	32,90	54,38
España	9.436	10.422	16.287	930	1.032	1.317	16,80*	62,82*

* Datos de 1999.

** Datos de 1998.

Fuente: Eurostat y elaboración propia.

Cuadro 2.

Capacidad media de los establecimientos hoteleros.

País	Plazas por establecimiento		
	1990	1995	1999
Argelia	141,6	94,9	95,0
Marruecos	78,7	79,2	79,9
Túnez	229,4	263,9	265,9
Egipto	160,6	171,5	205,3
Jordania	68,2	70,1	75,3
Líbano	-	81,1	90,2*
Siria	65,3	69,3	70,5
Israel	233,8	251,5	297,9
Palestina	-	97,3	89,0
Chipre	125,0	143,6	148,4
Malta	131,4	145,6	156,4
Turquía	134,3	158,4	165,5
PAM	-	137,1	144,9
España	98,5	99,0	80,0
Unión Europea	39,7	45,5	48,3*

* Datos de 1998.

Fuente: Eurostat y elaboración propia.

Cuadro 3.

En cuanto a la calidad de la oferta turística, ésta se ha medido por el porcentaje de establecimientos y plazas hoteleras con una categoría de tres estrellas o superior sobre el total. Aunque el porcentaje de establecimientos con esta categoría en 1999 fue superior en los PAM (32,9%) que en España (16,8%), en el caso de las plazas hoteleras, España tenía en ese mismo año un 62,8 por ciento de las mismas pertenecientes a categorías de 3 o más estrellas, mientras que para el conjunto de los PAM, este porcentaje fue del 54,4 por ciento (cuadro 2). Por países, aquellos que pueden competir de una forma más clara en términos de calidad de su oferta hotelera son Argelia, Túnez, Líbano, Malta y Turquía, con niveles cercanos o superiores a los registrados por la oferta española.

Finalmente, cabe ofrecer algunos comentarios sobre la inversión exterior en el sector hotelero español y la presencia de las empresas hoteleras españolas en los mercados turísticos que conforman los PAM. La inversión extranjera recibida por el sector hotelero en España ha crecido de forma muy importante durante la década de los noventa. Así, durante el período 1993-2001 se recibieron unos 2.573 millones de euros en inversiones procedentes principalmente de Francia, Reino Unido y Estados Unidos, de los que más del 50 por ciento se concentró entre 1999 y 2001.

Por el contrario, las inversiones turísticas de España en el exterior han sido más reducidas, alcanzando los 1.605 millones de euros en el período 1993-2001 (concentrándose el 46 por ciento de esta cantidad en el año 2001). Del total anterior, 754,5 millones de euros tuvieron como destino los PAM, destacando Túnez (con 12 hoteles pertenecientes a cadenas españolas), así como Turquía y Marruecos (con 6 hoteles cada uno). Esto hace de estos países un destino secundario en relación con el mayor interés que despiertan en los empresarios hoteleros españoles otros destinos como Latinoamérica (destacando República Dominicana y México) y Europa (principalmente Alemania).

4. La demanda turística en los PAM y España.

La importancia del turismo de no residentes en los PAM, medida por el porcentaje que representan las pernoctaciones en hoteles y establecimientos similares de este turismo en el total (residentes más no residentes), fue muy elevada en 1999, registrándose valores superiores al 90 por ciento en Chipre, Palestina y Túnez, en torno al 85 por ciento en Egipto y

Jordania, 74 por ciento en Marruecos, y del 70 por ciento en el caso de Turquía (cuadro 4). Solamente en los casos de Argelia y Líbano, el turismo de residentes tiene una importancia mayor que el de no residentes, representando aproximadamente en el primer país mencionado un 95 por ciento y un 60 por ciento en el segundo, sobre el total. En el caso de España, el porcentaje que representa el turismo de no residentes se eleva sólo al 64 por ciento, si bien registra un número medio anual de pernoctaciones durante la década de los noventa muy superior al de los PAM, con más de 104 millones de pernoctaciones, frente al máximo de estos países que corresponde a Túnez, con casi 25 millones de pernoctaciones anuales de media en esa década. La media europea de los 15 países registra sin embargo un porcentaje ligeramente superior del turismo de residentes con un 55 por ciento, aunque en el período 1995-98 se aprecia un porcentaje de aumento superior en el turismo de no residentes (8,3%), frente al de residentes (3,1%).

Características de la demanda turística en los PAM y España.

País	Nº de pernoctaciones (miles y porcentaje sobre total) (1999)				Duración media de la estancia de no residentes (1999)	Ingresos medios en dólares por turista (2000)
	Residentes		No Residentes			
Argelia	3.275	95,0	164	5,0	-	27,71
Marruecos	4.088	25,0	11.891	75,0	3,10	496,35
Túnez	2.169	6,0	33.151	94,0	6,55	296,44
Egipto	-	0,0	31.002	-	6,90	849,61
Jordania	577	15,0	3.154	85,0	2,32	504,89
Líbano	113	60,0	75	40,0	-	1.000,00
Siria	1.133	38,0	1.845	62,0	2,01	517,46
Israel	9.635	51,5	9.047	48,5	3,96	1.291,66
Palestina	47	5,0	848	95,0	-	-
Chipre	570	4,0	14.430	96,0	6,16	702,60
Malta	-	-	9.173	-	6,78	532,78
Turquía	14.701	47,0	16.641	53,0	2,25	796,66
PAM*	36.308	22,0	131.421	78,0	4,45	-
España	81.504	35,0	149.036	65,0	3,09	643,15

* Excepto Argelia, Líbano y Palestina.

Fuente: Eurostat.

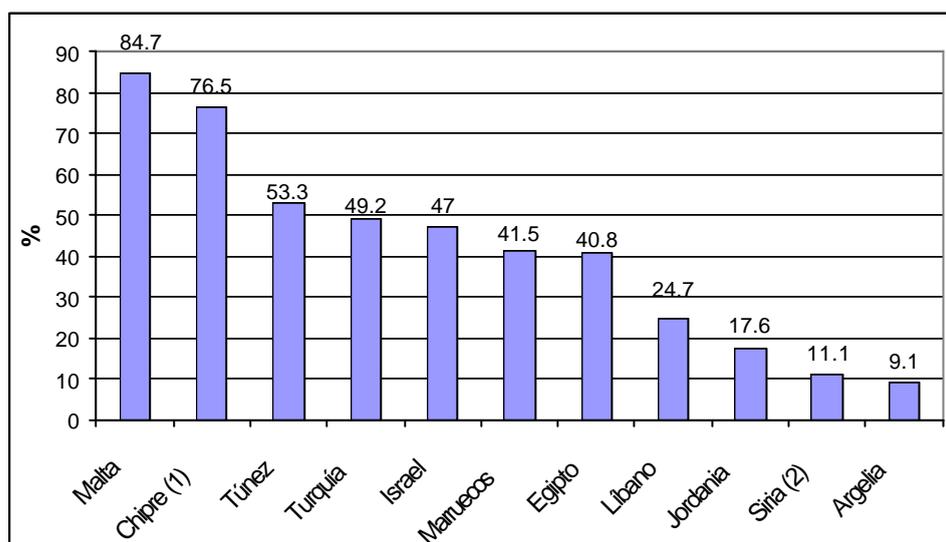
Cuadro 4.

La estancia media de los turistas no residentes recibidos por los PAM en 1999 (4,4 días) es sensiblemente superior a la de España (3,1 días) (cuadro 4). Los casos de Túnez,

Egipto, Chipre y Malta, con una estancia media superior a seis días, superan en más del doble a la registrada en nuestro país. En cuanto a los ingresos medios por turista, los 643 dólares que España ingresó por turista en 2000 fueron superados por Egipto, Líbano, Israel, Chipre y Turquía. En el extremo contrario encontramos el caso de Argelia, con unos ingresos por turista muy inferiores a los registrados en el resto de los PAM debido al predominio de residentes en el total de turistas recibidos (95%) (cuadro 4).

Durante la década de los noventa, el flujo de turistas hacia los PAM procedentes de la Europa de los 15 registró en términos generales una importante tendencia al alza. Siete de los doce países mediterráneos analizados, muestran un porcentaje anual medio de turistas procedentes de esa zona europea en esa década superior al 40 por ciento, destacando especialmente los casos de Malta (84,7%), Chipre (76,5%), Túnez (53,3%), Turquía (49,2%) e Israel (47%) (gráfico1). Si consideramos los aumentos porcentuales de esa misma variable durante la década de los noventa, tenemos en primer lugar a Túnez con un aumento de 32 puntos porcentuales seguido de Marruecos, que creció en 30 puntos, aunque con un ligero estancamiento desde 1996, así como Egipto y Turquía, ambos con 25 puntos de aumento porcentual. Los crecimientos menos importantes (entre 7 y 9 puntos) los registran Jordania, Líbano y Siria, y con una ligera reducción (entre 1 y 2 puntos) se encuentran Argelia, Israel, Chipre y Malta.

Porcentaje anual medio de turistas procedentes de la UE-15 (1991-2000).



Datos no disponibles para Palestina.

(1) Período 1992-2000.

(2) Período 1992-1999.

Fuente: Eurostat y elaboración propia.

Gráfico 1.

Con objeto de analizar en detalle el origen de los turistas llegados a los PAM y tener una mejor apreciación del grado de competencia que representan estos países para nuestro país, se ha elaborado el cuadro 5. Asimismo, creemos necesario realizar un análisis más pormenorizado de cada uno de los PAM con objeto de detectar las tendencias de sus flujos turísticos y poder así enjuiciar con mayor conocimiento de causa el futuro de este relevante sector económico.

Pernoctaciones de no residentes según su nacionalidad (miles) (1999).

	<i>Argelia</i>	<i>Marruecos</i>	<i>Túnez</i>	<i>Egipto</i>	<i>Jordania⁽⁴⁾</i>	<i>Líbano⁽³⁾</i>	<i>Siria</i>
Alemania	14,3	2.196	12.093	4.625	43,2	-	114
Bélgica	-	-	1.253	1.712 ⁽²⁾	13,2	-	21
Francia	32,7	4.225	6.768	2.534	45,5	26,6	142
España	-	695	641	742	17,3	-	31
Holanda	-	-	-	-	17,6	-	-
Italia	13,4	806	2.620	5.405	47,8	-	86
R.Unido	-	-	2.637	1.858	39,9	13,7	33
Suiza	-	-	1.025	543	6,9	-	-
EE.UU.	-	323	49	53		11,1	25
Japón	-	-	54	235	9,1	-	29
Australia	-	-	-	282	12	-	12
Rusia	-	-	-	-	9,2	-	114
Total ⁽⁵⁾	164,1	11.891	33.150	31.002	3.315	-	1.845
	<i>Israel⁽¹⁾⁽³⁾</i>	<i>Palestina⁽¹⁾</i>	<i>Chipre⁽¹⁾</i>	<i>Malta</i>	<i>Turquía</i>	<i>España</i>	
Alemania	146	60	239	1.523	6.886	52.367	
Bélgica	-	-	-	209	1.362 ⁽²⁾	6.767	
Francia	169	30	-	462	1.552	8.357	
España	-	22	-	31	189	-	
Holanda	-	-	-	438	-	6.052	
Italia	85	75	-	430	326	6.563	
R.Unido	198	68	1.156	3.405	1.694	40.589	
Suiza	-	-	-	145	-	2.570	
EE.UU.	451	102	-	98	1.280	3.345	
Japón	-	6	-	30	611	1.215	
Australia	25	-	-	21	85	-	
Rusia	-	60	-	-	-	-	
Total ⁽⁵⁾	1.940	907	2.434	8.150	20.358	149.036	

(1) Llegadas de turistas extranjeros.

(2) Benelux.

(3) 1998.

(4) Llegadas de visitantes no residentes a la frontera.

(5) No coincide con la suma de las columnas.

Fuente: Eurostat, OMT y elaboración propia.

Cuadro 5.

- Argelia.

Sólo recientemente ha mostrado este país interés en la industria turística con la creación de un Ministerio de Turismo, de ahí que en la actualidad no constituya un destino muy solicitado por el turismo internacional y tenga mucho mayor peso el turismo de residentes frente al de no residentes, como ya hemos señalado. No obstante, entre 1997 y 1998, se aprecia un considerable aumento de la participación del turismo de no residentes en el total, al pasar de un 2,4 a un 4,4 por ciento en esos años. El flujo de turismo no residente más importante procede de Francia (20%), seguido de Alemania (8,7%) e Italia (8,2%), si bien las cifras muestran que aún están lejos de alcanzar la importancia que representan esas mismas nacionalidades en el total de pernoctaciones turísticas en España. Como ejemplo, las pernoctaciones de turistas franceses en Argelia sólo representan el 0,4 por ciento de las registradas en nuestro país.

- Marruecos.

Desde su independencia de Francia en 1956, el reino marroquí ha venido prestando especial énfasis a la actividad turística, dada su atractiva situación geográfica, su proximidad a los mercados turísticos europeos, su larga costa de playas y su rico patrimonio histórico y cultural. Actualmente, los ingresos generados por el turismo superan a los obtenidos por transferencias de la población marroquí que trabaja fuera de su país.

Entre 1996 y 2000, las pernoctaciones de turistas no residentes no dejaron de crecer, y registraron un aumento del 41 por ciento. El principal origen de los turistas llegados a este país es Europa, y dentro de ésta, el mayor peso corresponde a Francia, con un 35 por ciento del total de las pernoctaciones en 1999, seguida de Alemania, con un 18 por ciento. Además, el aumento de las pernoctaciones turísticas francesas en Marruecos durante el período 1996-2000 fue de un 90 por ciento, mientras que en España esas pernoctaciones crecieron sólo un 27 por ciento. Esta amplia diferencia en el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones francesas en ambos países hace temer la competencia de Marruecos en la atracción del turismo francés. También destacan los aumentos de las pernoctaciones de turistas procedentes del norte de Europa en ese mismo período, como Noruega, con un 225 por ciento, Suecia (136%) y Dinamarca (50%), así como el de Portugal (95%).

- Túnez.

En 1999, la participación del sector turístico en el PIB de Túnez era del 8 por ciento, lo que unido al elevado crecimiento de los ingresos por turismo (un 44 por ciento entre 1995 y 1999) y del empleo generado por la industria turística (con un aumento del 65 por ciento en empleos directos y un 132 por ciento en indirectos durante el período 1990-99), da una idea de la gran relevancia de este sector en la economía tunecina. Es además el país que registra mayor número de pernoctaciones de turistas no residentes de los PAM, con más de 33 millones en 1999, superando a Egipto, con 31 millones, y a Turquía, con algo más de 20 millones. También cabe destacar el crecimiento de esas pernoctaciones entre 1996 y 2000, que fue del 37 por ciento.

Entre los países de origen de los turistas llegados a Túnez, Alemania ocupa la primera posición en número de pernoctaciones, con 12 millones, lo que representaba en 1999 un 34 por ciento del total, seguido de Francia, con un 19 por ciento, así como Italia y Reino Unido, ambas en torno al 7 por ciento. El mercado europeo es además el de mayor crecimiento en número de pernoctaciones en el período 1996-2000, con un 26 por ciento. Así, Túnez se ha convertido en un importante competidor para España en la atracción del turismo francés, al representar las pernoctaciones de ese turismo en Túnez un 80 por ciento de las registradas en España en 1999. A más distancia, aunque en crecimiento, se encuentran las pernoctaciones de turistas italianos y suizos, que representan cada una de ellas un 40 por ciento de las españolas; las alemanas, un 23 por ciento, y las belgas, un 18 por ciento.

- Egipto.

Como es sabido, el sector turístico constituye para este país una de sus principales fuentes de renta y empleo. A pesar del atentado de Luxor en noviembre de 1997, que costó la vida a 62 turistas y redujo casi en un 25 por ciento las pernoctaciones de turistas no residentes en 1998 respecto al año anterior, el turismo en Egipto empezó a recuperarse en 1999, registrándose un aumento del 54 por ciento en ese mismo año. El balance turístico en el período 1996-2000 es, a pesar de la crisis, muy positivo, con un aumento del 38 por ciento en el número de pernoctaciones.

Este país constituye el principal competidor español en cuanto a turistas italianos, ya que las pernoctaciones de éstos en ese país suponen el 82 por ciento de las registradas en

España. Además, hay que tener en cuenta que estas pernoctaciones han crecido en Egipto entre 1996 y 2000 un 113 por ciento, mientras que en España sólo lo hicieron en un 50 por ciento, por lo que de seguir así, en poco tiempo Egipto superaría a España en la recepción de turistas italianos. En relación al turismo francés, la competencia de Egipto es menor, con unas pernoctaciones equivalentes al 30 por ciento de las registradas en España. De menor relevancia es la nacionalidad belga, con unas pernoctaciones en Egipto que suponen el 25 por ciento de las de España, así como la japonesa (19%), alemana (9%) e inglesa (5%).

En los últimos años, el gobierno egipcio está realizando considerables esfuerzos para potenciar el sector privado de la economía, al ofrecer importantes incentivos y privilegios fiscales al capital privado tanto nacional como extranjero con la nueva Ley de Inversiones de 1997. Asimismo, con la puesta en marcha del Plan de Desarrollo (2000-2005), se prevé que en este último año, las pernoctaciones de turistas (residentes y no residentes) alcancen los 66,5 millones.

- Jordania.

El principal atractivo turístico de este país se encuentra en su variada riqueza arqueológica e histórica. La relevancia del turismo en la economía jordana está fuera de duda, ya que es el segundo sector del país en generación de divisas. En 1999, los ingresos por turismo representaron el 10,5 por ciento del PIB y generaron 27.000 empleos directos.

La mayoría de los visitantes no residentes llegados a la frontera, proceden de los países de Oriente Medio, que representaban un 76 por ciento en 1999, seguido de los europeos, con un 15 por ciento del total. Italia, Francia, Alemania y Reino Unido, por este orden, ocupan los primeros lugares en cuanto a llegadas de visitantes procedentes de Europa, que sólo suponen un 5 por ciento del número total de llegadas.

- Líbano.

Este país presenta buenos augurios para su sector turístico en un futuro cercano, al poseer un sector privado muy dinámico y competitivo en el que los servicios suponen un 61 por ciento de su valor añadido, lo que unido a su liberalismo económico, le hacen propicio tanto para el comercio como para la inversión extranjera. Sin embargo, dentro del sector

servicios, el turismo sólo representaba en 1998 un 17 por ciento del total (7% del PIB), si bien su tendencia ha sido creciente entre 1995 y 1998.

El principal flujo turístico hacia el Líbano procede de los países árabes (39%), seguido de los europeos (26%), destacando franceses e ingleses, y en menor cuantía, el turismo norteamericano.

- Siria.

La importancia del turismo en la economía siria ha crecido de una forma decisiva en los últimos años, lo que se ha reflejado en un aumento de la participación de los ingresos por turismo en el PIB del país, pasando del 1,3 por ciento en 1990 al 7,3 por ciento en 1998.

En cuanto a las pernoctaciones de turistas no residentes, éstas mostraron una ligera reducción entre 1996 y 2000. El principal flujo turístico procede, por este orden, de Francia, Alemania, Rusia e Italia, cuyas pernoctaciones representaban una cuarta parte del total en 1999. También es elevado el flujo turístico procedente de Oriente Medio, especialmente de Jordania y Líbano. Además, en el período 1996-2000, hay que tener en cuenta el ritmo de crecimiento de las pernoctaciones que aumentaron en el caso de Italia en un 60 por ciento, Francia en un 35 por ciento y Alemania en un 26 por ciento. Sin embargo, en el caso de Rusia las pernoctaciones disminuyeron en un 55 por ciento. Por su parte, el crecimiento de las pernoctaciones de los países de Oriente Medio sólo fue del 7 por ciento en ese mismo período. Todo ello corrobora la importancia del mercado europeo como principal fuente de turismo hacia este país.

- Israel.

A pesar de que el sector turístico en este país sólo representaba en torno al 1,5 por ciento del PIB en 1998, sus efectos trascienden de lo estrictamente económico y contribuyen a mejorar los problemas de seguridad en la zona, gravemente amenazada en los momentos actuales.

Durante la primera mitad de la década de los noventa, concretamente en el período 1991-95, la tasa de crecimiento medio anual de las pernoctaciones de no residentes fue de un 23 por ciento, alcanzando una cifra de pernoctaciones en 1995 de casi 9,5 millones. A partir de este año, hubo una tendencia decreciente que afectó a los tres siguientes, y en 2000 se

elevó a más de 9,6 millones, la cifra más alta de la década. Los datos disponibles para analizar el flujo turístico procedente del resto del mundo sólo permiten señalar que el principal origen de los turistas llegados a Israel procede de Estados Unidos (23% de los turistas). A continuación, y por este orden, se encuentran Reino Unido (10%), Francia (8%), Alemania (7%) e Italia (4%). Estas cifras aún están lejos de las registradas por nuestro país y sólo los turistas procedentes de Estados Unidos se acercan más a las pernoctaciones de estadounidenses en España.

- Palestina.

El principal obstáculo que impide la disponibilidad de datos sobre turismo de no residentes en el territorio palestino es la inexistencia de fronteras entre Israel y Palestina. Para paliar parte de este problema, dada la importancia del sector turístico, la Oficina Central de Estadística Palestina diseñó un cuestionario para que fuese rellenado por los turistas llegados a los hoteles. No obstante, los resultados obtenidos no fueron muy alentadores. Así, mientras las pernoctaciones de no residentes no dejaron de disminuir como consecuencia de los ataques israelíes, cayendo en un 20,3 por ciento en 1997 respecto al año anterior, y en un 7,7 por ciento en 1998, las pernoctaciones de residentes se elevaron en un 29 por ciento en el período 1996-1998. El mayor número de turistas procede de Estados Unidos, con un 11 por ciento sobre el total de turistas extranjeros, seguido de Italia (8%), Reino Unido (7,5%) y Alemania (6,6%).

- Chipre.

Durante la década de los noventa, la industria turística en este país representó de media el 9 por ciento de su PIB y generó algo más del 19 por ciento de su valor añadido bruto, lo que da una idea de la importancia de este sector en la economía chipriota.

La mayor parte de los turistas que viajan a Chipre proceden de Europa, cuyo porcentaje ha ido en aumento desde el 70 por ciento que representaba en 1985 hasta el 92 por ciento a finales de la década de los noventa. En 1999, el principal flujo turístico procedía de Reino Unido, representando cerca de la mitad de las llegadas totales de turistas (47,5%), seguido de Alemania, con casi el 10 por ciento.

Aunque aún es pronto para afirmar que Chipre constituya un serio competidor de España en la atracción de turismo internacional, no debe desestimarse su rápido crecimiento a finales de los años noventa (38 por ciento más de turistas llegados entre 1996 y 2000). En este sentido, cabe señalar la estrategia llevada a cabo por la Organización del Turismo de Chipre, consistente en elevar los ingresos por turismo a través del aumento del gasto por turista, del tiempo de estancia, del número de turistas que repiten estancia, así como con la ampliación de la temporada turística.

- Malta.

Desde principios de los años sesenta, la industria turística en este país se ha desarrollado rápidamente, contribuyendo en un 30 por ciento del PIB a finales de la década de los noventa.

Entre 1997 y 2000, las pernoctaciones de turistas no residentes crecieron durante los tres primeros años en un 5 por ciento, mientras que en 2000 disminuyeron un 14 por ciento respecto al año anterior.

Durante largo tiempo, el mercado británico fue la principal fuente de turistas para Malta, llegando a alcanzar el 70 por ciento del total de turistas llegados en la década de los sesenta. Esta elevada proporción de los turistas británicos respondía a las estrechas relaciones históricas establecidas entre estos dos países. Posteriormente, gracias a los esfuerzos del gobierno maltés, a este país llegan en la actualidad turistas de una gran variedad de países, en su mayoría europeos. Así, en 1999, las pernoctaciones de turistas europeos alcanzaban casi el 95 por ciento del total, con un importante peso tanto de los turistas del norte como del este de Europa. La cifra más alta corresponde a Reino Unido que representa el 42 por ciento del total de pernoctaciones en 1999, seguido de Alemania, con un 19 por ciento. En 2000, el número de pernoctaciones de no residentes se redujo bruscamente, aunque algunas nacionalidades aumentaron su llegada al país, como la tunecina (66%), japonesa (66%), libia (56%) y turca (52%).

- Turquía.

Desde mediados de la década de los ochenta, la participación del sector turístico en el PIB ha aumentando de forma continua, pasando de representar el 2,8 por ciento en 1985 al 3,8 por ciento en 1998.

Entre 1996 y 2000 las pernoctaciones de turistas no residentes sufrieron importantes altibajos. Aunque crecieron en esos años un 11 por ciento, entre 1998 y 1999 disminuyeron un 32 por ciento y en 2000 aumentaron respecto al año anterior en un 39 por ciento, tras la crisis que supuso el grave terremoto de 1998. Por tanto, las cifras de 1999 muestran valores relativamente reducidos tanto respecto a 1998 como respecto a 2000.

El flujo turístico más importante procede de Alemania, cuyas pernoctaciones suponían en 1999 un 34 por ciento del total. Otros países europeos presentan porcentajes mucho más reducidos para ese mismo año, como Reino Unido (8,3%), Francia (7,6%) y Benelux (6,7%). Fuera de Europa cabe destacar a Estados Unidos, cuyas pernoctaciones representaban también un 6,2 por ciento del total en 1999, así como Japón, con un 3 por ciento. El crecimiento más rápido se ha registrado en las pernoctaciones de turistas procedentes del Benelux, con un 110 por ciento, al pasar de 1,2 millones en 1996 a 2,5 millones en 2000.

Por lo tanto, se puede afirmar que el sector turístico en Turquía tiene un enorme potencial en términos de crecimiento, lo que puede representar una importante competencia para el sector español, especialmente por su cercanía a los países de Europa Occidental y a los nuevos miembros de la UE, así como por su cada vez mayor estabilidad política y económica ante su futura adhesión a la UE.

5. Conclusiones.

El análisis efectuado sobre el sector turístico de los PAM, pone de manifiesto que estamos en presencia de países claramente competidores para el turismo español en un futuro no muy lejano. Esta afirmación viene apoyada por el importante crecimiento de este sector en estos países durante la década de los noventa, tanto desde la óptica de la oferta como de la demanda turística, así como por el hecho de que, al igual que España, el principal flujo de turistas hacia los PAM es europeo.

Desde el punto de vista de la oferta turística, uno de los datos que llama más la atención es la notable diferencia en el aumento de plazas hoteleras disponibles durante de década de los noventa, mayor en los PAM que en España, lo que ha reducido la diferencia a la tercera parte de la registrada a principios de esa década entre nuestro país y el conjunto de los PAM. Por otra parte, el mayor tamaño de los establecimientos hoteleros en estos países, respecto a España, y la tendencia a que éste siga aumentando, podría estar evidenciando una mayor penetración de las grandes cadenas hoteleras (incluidas las españolas) en los PAM que en España, lo que podría redundar negativamente en el número de turistas llegados a nuestro país. No obstante, aunque la creciente importancia de estos países como destinos del turismo internacional parece inevitable (debido a su proximidad a Europa y las ventajas de la zona en clima, playas y riqueza cultural), una mayor presencia de las inversiones turísticas españolas en la zona minimizaría los posibles efectos negativos que tendría la competencia de estos países sobre la balanza turística de nuestro país.

En cuanto a la demanda turística, los principales países competidores de España en la atracción del turismo francés son Marruecos y Túnez; respecto al turismo italiano, Egipto; e Israel respecto al turismo procedente de Estados Unidos. Asimismo, hay que tener en cuenta el intenso aumento del número de turistas europeos registrados a finales de los años 90, especialmente en los casos de Chipre, Malta y Turquía, destinos que pueden verse muy favorecidos por su próximo ingreso en la UE.

Todo ello conforma un panorama de desafíos y también de oportunidades para el sector turístico español en los momentos actuales, así como un escenario que puede determinar de forma muy importante la posición dominante de España en la atracción del turismo internacional en el futuro.

Bibliografía.

Arévalo, G. (2000): "Medtour une las orillas del Mediterráneo", *Revista Fuentes Estadísticas*, N° 45, pp. 13-14.

Comunidades Europeas (2000): *Tourism in Europe and the Mediterranean countries. Key Figures 1998-1999*, Eurostat, Luxemburgo.

Comunidades Europeas (2000): *Tourism in Europe. Trends 1995-98*, Eurostat, Luxemburgo.

Comunidades Europeas (2001): *Tourism trends in mediterranean countries*, Eurostat, Luxemburgo.

Comunidades Europeas (2002): *The Mediterranean countries in 2001: selected indicators*, Eurostat, Luxemburgo.

Instituto Nacional de Estadística (vv.aa.): *Encuesta de Ocupación Hotelera*, INE, Madrid.

Núñez Villaverde, J. A. (1997): “La Asociación Euro-mediterránea: ¿Una garantía de estabilidad y desarrollo?”, *Información Comercial Española*, N° 759, pp.19-32.