



Project  
funded by the  
**EUROPEAN UNION**

**EBSOMED**  
ENHANCING BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS

# Sector Strategic Paper



## Industry outlook

Plan de Acción sobre  
Turismo Sostenible  
en el Mediterráneo,  
escenario Post COVID-19

Este documento está elaborado por



ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE  
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY  
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط

**Cámara**  
Málaga



Project  
funded by the  
**EUROPEAN UNION**

**EBSOMED**  
ENHANCING BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS

# Sector Strategic Paper

Plan de Acción sobre Turismo Sostenible en el  
Mediterráneo, en el escenario Post COVID-19

Esther Martínez Reyes

Iván Cortés Gómez

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y  
Navegación de Málaga



## ÍNDICE

1. Introducción	4
1.1 Objetivos	5
a) Proyecto EBSOMED	5
b) Objetivos del estudio	6
1.2 Metodología	7
1.3 Definición del sector turístico sostenible	8
1.4 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la zona mediterránea	16
2. Situación COVID-19	24
2.1 Posibles escenarios de recuperación	33
2.2 Principales recomendaciones para la recuperación económica	35
3. Situación del turismo y del turismo sostenible en el mediterráneo	39
3.1. Principales datos del sector turístico en las regiones de Europa, África y Oriente Medio	39
3.2 Radiografía del sector turístico en los países del área mediterránea	45
3.3 Principales segmentos y tendencias del turismo en los países Mediterráneos	47
3.4 Las principales iniciativas, desafíos y nichos en materia de turismo sostenible	49
3.5 Principales resultados del "Sector Alliance Committee" del sector del turismo	59
4. Iniciativas e Instituciones Clave de Turismo Sostenible	64
5. Enfoque en la inversión extranjera directa en el sector turístico en el Mediterráneo	69
6. Últimas tendencias y perfiles del turista responsable	73
7. Recomendaciones y conclusiones	76
Recomendaciones a nivel Mediterráneo	76
Recomendaciones a nivel de destinos turísticos (país o región)	77
Recomendaciones a nivel empresa	79
Conclusión	80
8. Bibliografía	83

# 1. Introducción

El papel del sector turístico a nivel mundial, y concretamente a nivel de la región mediterránea, es indiscutible.

En el año 2019, se produjeron en el mundo casi 1.500 millones de llegadas internacionales, con un crecimiento sostenido de los últimos 10 años. Esta actividad generó 1,7 billones de dólares americanos, siendo la 3<sup>º</sup> partida de exportación y llegando a representar el 50% de las exportaciones de algunos países en desarrollo. Según indican los últimos datos disponibles, **el sector turístico supone el 10% del PIB a nivel mundial** (impactos directos, indirectos e inducidos). Además, el sector turístico **genera 1 de cada 11 empleos a nivel mundial**, con un alto porcentaje de empleados por mujeres y jóvenes. Todo ello convierte al sector turístico en un **sector económico clave** en muchas economías del mundo, y aún más en los países emergentes.

En la región mediterránea el número de llegadas internacionales fue superior a 406 millones de viajeros, lo que indica que **más del 28% de las llegadas internacionales mundiales pertenecen a países del Mediterráneo**, siendo el crecimiento medio de las llegadas internacionales a países de la región, en los últimos 10 años, del 4,8%. **La aportación media del turismo al PIB de los países del Mediterráneo asciende al 15,31%** lo que resalta la importancia que el sector turístico tiene en las economías de la región.

Lamentablemente, las consecuencias de la pandemia provocada por el coronavirus COVID-19 a nivel mundial, iniciada en el año 2020, están afectando gravemente al sector turístico mundial, reduciendo la actividad al mínimo, y por un tiempo que aún se desconoce, afectando muy seriamente al desarrollo y evolución de las empresas, empleos y destinos turísticos.

Independientemente de las consecuencias que esta pandemia está generando, debido principalmente al continuo crecimiento de las llegadas internacionales a nivel mundial, a la importante aportación del sector en las economías de los países, y a los impactos, positivos, pero también negativos,

que el desarrollo turístico puede generar en las economías de los países, las instituciones más importantes a nivel mundial identifican el **desarrollo del Turismo Sostenible como la única oportunidad** que el sector turístico tiene para recuperarse de la actual situación y asegurar su futura viabilidad.

Por otro lado, existe una **tendencia al alza de los turistas responsables**, interesados en minimizar su impacto, y que demandan cada vez más iniciativas y gestión sostenible de los destinos turísticos que visitan.

Este estudio tiene como objetivo el análisis del estado actual del turismo sostenible en los países del Mediterráneo, estudiar las posibilidades de mejora, con el fin de posicionar el Destino Turístico Sostenible del Mediterráneo, dar a conocer los organismos e iniciativas que están a disposición de todos los agentes y conocer las buenas prácticas que pueden poner en marcha los destinos y empresas que apuestan por la sostenibilidad.

## 1.1 Objetivos

El presente estudio ha sido elaborado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Navegación y Servicios de Málaga, como miembro afiliado del proyecto EBSOMED (Enhancing Business Support Organizations and Business Networks in the Southern Neighbourhood), en el marco del programa EuropeAid cofinanciado por la Comisión Europea.

### a) Proyecto EBSOMED

Este proyecto de 4 años (2018-2022) tiene como objetivo estimular el ecosistema empresarial mediterráneo, promover el desarrollo económico inclusivo e impulsar la inversión y la creación de empleo a través del fortalecimiento de las Organizaciones de Apoyo Empresarial (OSE) en los países vecinos del Sur del Mediterráneo.

Más concretamente, *EBSOMED* mejorará la capacidad de gestión de las organizaciones de apoyo empresarial (OSE) en la zona euromediterránea mejorando los servicios para las PYMES.

Los objetivos de *EBSOMED* son:

- Optimizar el rendimiento y la competitividad de las organizaciones de apoyo empresarial en la región euromediterránea mejorando los servicios ofrecidos a sus miembros.
- Revitalizar las redes empresariales mediante el establecimiento de plataformas regionales y la promoción de nuevas asociaciones bilaterales y multilaterales entre los EE del Norte y los del Mediterráneo meridional.
- Desarrollar una estrategia y planes de acción regionales en torno a sectores de actividad de alto valor añadido y generadores de empleo.
- Fortalecer la Asociación Institucional entre la Unión Europea y los Países Vecinos del Mediterráneo Meridional y consolidar los Mecanismos de Cooperación Sur-Sur.
- Mejorar la imagen de los países del Mediterráneo Meridional a través de una asociación público-privada más estructurada y la difusión de buenas prácticas en la región.
- Aumentar el comercio y estimular la inversión en la región mediterránea.
- Garantizar la viabilidad de los proyectos financiados por la UE mediante una mayor visibilidad y sinergia con las iniciativas de cooperación regional y nacional.

## b) Objetivos del estudio

El objetivo de este estudio es analizar la importancia y evolución del turismo a nivel mundial, y concretamente en la región mediterránea, destacando la relevancia del sector turístico en cada uno de los países, así como la situación actual de cada uno de ellos con respecto a la implantación del turismo sostenible y de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles ODS.

Así mismo, se pretende exponer las herramientas que los destinos, instituciones y empresas de la región mediterránea tienen a su disposición para desarrollar una gestión sostenible de los destinos turísticos.

Finalmente, el estudio recoge una serie de recomendaciones y conclusiones dirigidas a instituciones, destinos y empresas turísticas de la región

mediterránea con el fin de construir un DESTINO TURISTICO SOSTENIBLE MEDITERRANEO.

## 1.2 Metodología

Con el fin de realizar un análisis exhaustivo del Turismo Sostenible en el Mediterráneo se han utilizado varias fuentes de importante valor. Por un lado, la información proporcionada por instituciones y organismos oficiales que generan información sobre el turismo en general, y sobre el turismo sostenible en concreto, entre los que destacan la *Organización Mundial del Turismo (OMT)*, la *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)*, la *Sustainable Development Solutions Network (SDSN)*, las fuentes oficiales nacionales de los países objeto de estudio y la *Comisión Europea*.

Por otro lado, se ha contado con la información proporcionada por el panel de expertos del Mediterráneo reunidos en el *Sector Alliance Committee*: «*Vers un plan d'action sur le tourisme durable 2020 dans le contexte MED post-COVID*», celebrado el pasado 17 de diciembre de 2020 en el marco del proyecto EBSOMED.

Además, se han reflejado los resultados derivados de la encuesta realizada por la *Asociación de Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo (ASCAME)*, relativa a la situación turística actual de los países del Mediterráneo, así como las medidas que están tomando los países frente a la pandemia, y las políticas turísticas y de turismo sostenible que se desarrollan en los países de la región.

Finalmente, se ha analizado toda esta información con el fin de exponer una serie de recomendaciones y conclusiones que los países mediterráneos deben trabajar con el fin de hacer del Mediterráneo un destino turístico sostenible.

## 1.3 Definición del Sector Turístico Sostenible

En 1995, la *UNESCO*, la *Organización Mundial del Turismo* y otras organizaciones internacionales organizaron la primera *Cumbre Internacional sobre Turismo Sostenible*, durante la cual se aprobó la *Carta Mundial del*

*Turismo Sostenible*, documento que presenta el modelo de turismo sostenible.

Según la *Organización Mundial del Turismo*, el Turismo Sostenible se define como “*El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.*»

El turismo sostenible no es un segmento del turismo, ni una tipología de turismo que abarque varios segmentos. Las prácticas de gestión sostenible se pueden aplicar en todo tipo de destino, maduro o incipientes, así como en todos los tipos de segmentos turísticos.

Los pilares del turismo sostenible son los siguientes: Aspecto Medioambiental, Aspecto Sociocultural y Aspecto Económico.

De entre los *efectos positivos* del desarrollo turístico existen *impactos económicos* como el incremento del empleo, la generación de rentas, las inversiones públicas y privadas o la generación de divisas; *impactos medioambientales* como la mayor conciencia ambiental, lucha contra la contaminación o la necesidad de conservar las áreas naturales; y finalmente los *impactos sociales* como la generación de empleo, infraestructuras o mejoras dirigidas al turismo que redundan en la población local o la valoración de la cultura local y la artesanía.

Pero el turismo también puede generar *efectos negativos*, destacándose los *impactos económicos* como la inflación, o la desigualdad de las condiciones laborales, desequilibrios del reparto de las rentas, los *impactos medioambientales* como destrucción de áreas naturales, contaminación de aire, agua y suelo o el impacto paisajístico y, finalmente los *impactos sociales* como la pérdida de la cultura y tradiciones, cambios drásticos de la población local, o la sobre explotación de los recursos culturales y naturales.

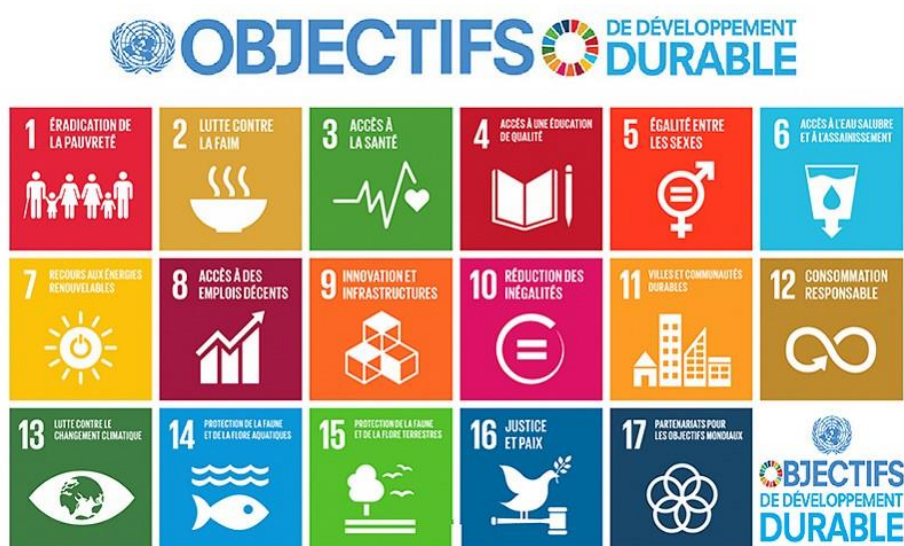
La gestión sostenible del destino implica maximizar los efectos positivos, económicos, sociales y medioambientales, y minimizar los efectos negativos



derivados del posible exceso de turistas en determinados puntos de países o regiones, o en determinados momentos del año, de manera que se genere un crecimiento sostenible integral, tanto para la industria como para el entorno.

Con las lecciones aprendidas a partir del establecimiento de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)*, aprobados en el 2000, *Naciones Unidas* aprueba, en 2015, la *Agenda 2030* para el Desarrollo Sostenible y con ella, los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*, un marco compuesto por 17 objetivos y 169 metas, mediante las cuales, estados, sociedad civil y sector privado pueden guiar y medir sus contribuciones al desarrollo sostenible hasta 2030.

Los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la *Agenda 2030* para el Desarrollo Sostenible son:



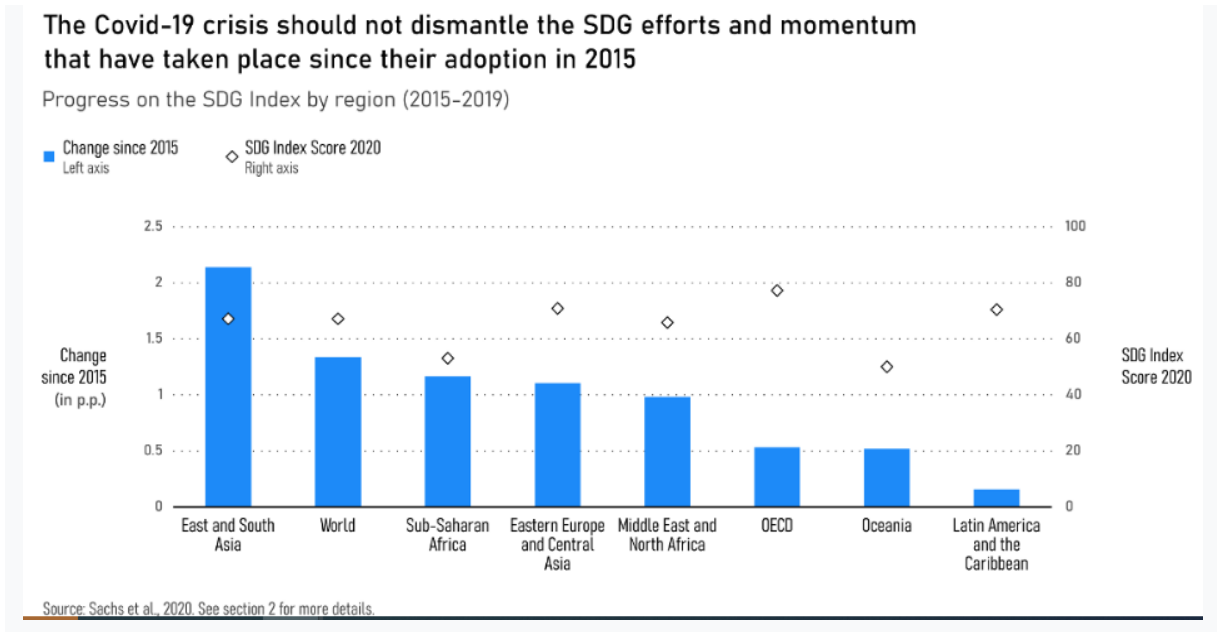
Fuente: Organización de Naciones Unidas

La nueva agenda de desarrollo es la más ambiciosa hasta la fecha y sus 17 Objetivos pretenden erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la igualdad y prosperidad para todos.

Con el fin de establecer un diagnóstico de partida, así como para poder seguir los avances en el cumplimiento de los ODS, se hace necesario la

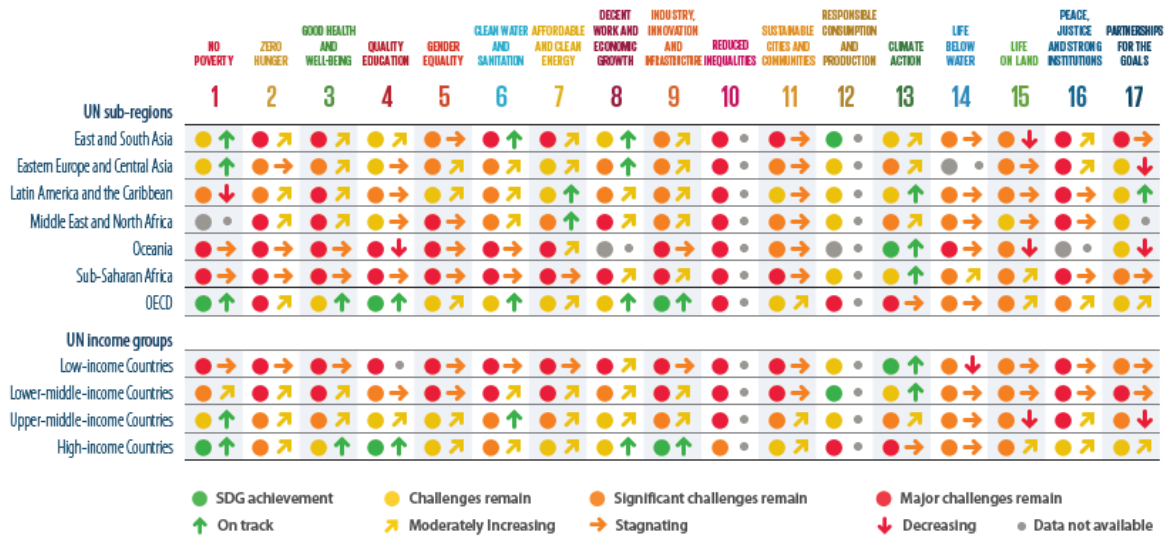
adopción de un sistema de indicadores vinculado a los objetivos y a las metas.

Se observa que la evolución en la consecución de los ODS, medido mediante el *SGD Index*, desde el 2015 al 2019, ha sido desigual entre las distintas regiones del mundo, como muestra el siguiente gráfico (más adelante se analizarán el grado de cumplimiento de los ODS en cada país):



Fuente: The Sustainable Development Goals and COVID-19. Sustainable Development Report 2020

Así mismo, como muestra la tabla de abajo, el cumplimiento de los ODS, difiere en función del nivel de ingresos de los países:



Note: Excluding OECD specific indicators. Population-weighted averages. Source: Authors' analysis

Fuente: The Sustainable Development Goals and COVID-19. Sustainable Development Report 2020

El turismo, tal y como se ha indicado anteriormente, por su envergadura, crecimiento, potencial para la creación de empleo, intercambio, impactos, etc, es uno de los sectores más dinámicos y de mayor alcance, y puede contribuir de manera decisiva en la consecución de los ODS. Así mismo, el desarrollo de determinados ODS puede contribuir a la mejora de los destinos turísticos sostenibles.

Según se analiza en el siguiente cuadro, el sector turístico puede contribuir directa o indirectamente en cada uno de los 17 de los *Objetivos Desarrollo Sostenible (ODS)*, pero, además, aparece en las Metas de los siguientes objetivos: Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico, Objetivo 12: Producción y consumo responsable y Objetivo 14: Vida submarina.

Además, el sector turístico, para el cumplimiento de la *Agenda 2030* y de los ODS, involucra a todos los actores: destinos turísticos que deben trabajar en la integración de los ODS, empresas y entidades que conforman el sector, centros de investigación, así como a los turistas y la ciudadanía sobre el compromiso hacia la sostenibilidad.

A continuación, se detallan los 17 *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, la aportación que el sector turístico puede generar en cada ODS, así como algunas prácticas que las empresas y/o destinos pueden poner en marcha con relación a cada Objetivo de Desarrollo Sostenible, con el objeto de mostrar la aplicabilidad que el turismo puede conllevar en los distintos ODS.

ODS Objetivo Desarrollo Sostenible - Agenda 2030	Aportación del Turismo a cada ODS	Prácticas en cada ODS del Sector Turismo
ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Debido al crecimiento y aportación, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo, especialmente en los países en vía de desarrollo. Pero es necesaria manteniendo la atención a los efectos negativos de posibles perturbaciones socioeconómicas.	Condiciones laborales dignas a los empleados en toda la cadena de valor  Formación y contratación de personas en las comunidades locales  Políticas de igualdad en la empresa
ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	El Turismo debe promocionar la agricultura sostenible y uso de productos locales. Evitar la sustitución de tierras para uso turístico, aumento excesivo de precios.	Proyectos de colaboración enfocado a desarrollo economías locales  Condiciones laborales dignas a los empleados en toda la cadena de valor  Políticas de igualdad en la empresa
ODS 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	El desarrollo del turismo suele conllevar la implantación de estructuras sanitarias en los destinos, aunque también conlleva el peligro de escasez de recursos o cambio en los estilos de vida.	Impulsar el desarrollo de los lugares donde opere la empresa  Promover sensibilización entre viajeros y turistas  Establecer medidas de seguridad e higiene
ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	El desarrollo de un turismo sostenible requiere de la profesionalización de sus actores turísticos. El turismo puede proporcionar incentivos para invertir en la educación y la formación profesional de los ciudadanos	Proyectos de cooperación enfocados al desarrollo de las economías locales  Modelos de gestión y buenas prácticas de las empresas  Plan formativo en materia de sostenibilidad
ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas	El turismo cuenta con un alto porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras y es una importante herramienta de empoderamiento. Pero debe ser un objetivo reforzar el liderazgo y la participación de la mujer en la toma de decisiones	Impulsar el desarrollo de los lugares donde opere la empresa  Políticas de igualdad en la empresa



<p>ODS 6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.</p>	<p>El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr el acceso responsable a los recursos hídricos y el respeto al ciclo del agua, pero, a la vez y en todo caso, el turista compite con las comunidades locales por la disponibilidad del recurso y puede ser determinante en la contaminación del agua.</p>	<p>Gestión sostenible del agua en la gestión de la empresa, evitando la contaminación</p> <p>Gestionar de forma sostenible y proteger los hábitats marinos y costeros</p>
<p>ODS 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos</p>	<p>El turismo, siendo un sector que requiere un consumo energético sustancial, puede contribuir a asegurar y promover el acceso universal a los servicios de energía limpios, inteligentes y modernos, mejorando la eficiencia y aumentando sustancialmente el uso de fuentes renovables.</p>	<p>Establecer medidas de ahorro y eficiencia energética en las actividades de la empresa</p> <p>Implantar sistemas de gestión certificados conforme a normas internacionales</p>
<p>ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos</p>	<p>El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El problema se puede plantear en la calidad de los empleos creados y en la distribución de la riqueza generada a nivel de destino.</p>	<p>Condiciones laborales dignas a los empleados en toda la cadena de valor</p> <p>Fomentar contratación y formación de empleados, especialmente jóvenes, de las comunidades locales</p> <p>Fomentar la responsabilidad social en la cadena de suministro</p> <p>Desarrollo código ético en la empresa</p>
<p>ODS 9. Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación</p>	<p>El turismo ha de poner al servicio de las comunidades locales su capacidad de atraer recursos para la realización de estructuras e infraestructuras al servicio de turistas y de residentes. Pero tales proyectos han de planificarse y realizarse considerando siempre el bienestar local, y no solo el de los turistas.</p>	<p>Invertir en instalaciones, tecnología y transporte que beneficie a turistas y locales</p> <p>Integrar a las personas con discapacidad, eliminando barreras</p>
<p>ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países</p>	<p>Debe perseguirse la eliminación de las barreras a la integración de las personas e incorporar criterios de igualdad en todas sus vertientes y promover nuevas formas de turismo con visión de compensación social.</p>	<p>Proyectos de cooperación enfocado al desarrollo de las economías locales</p> <p>Proporcionar condiciones laborales dignas</p>
<p>ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles</p>	<p>Se puede generar un doble impacto sobre la sostenibilidad de ciudades y comunidades. Por un lado, el turismo puede ser una motivación para que las administraciones inviertan en estructuras e infraestructuras, pero por el otro, el aumento de la población fluctuante puede aumentar los problemas a los que las ciudades, cada vez más pobladas, se tienen que enfrentar.</p>	<p>Invertir en instalaciones, tecnología y transporte que beneficie a turistas y locales</p> <p>Incluir el uso de las nuevas tecnologías</p> <p>Integrar a las personas con discapacidad</p>



<p>ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	<p>Promocionar un cambio de valores, de un turismo basado en el consumo para satisfacer las necesidades, a un turismo experiencial en el que el disfrute se base sobre las relaciones y los productos inmateriales. Cooperar con los productores para fortalecer la producción local y sostenible de bienes y servicios y el trabajo digno, así como la distribución de la gran parte de los beneficios en el destino.</p>	<p>Promover la sensibilización entre viajeros para convertir la sostenibilidad en atributo de valor en la elección del destino</p> <p>Sensibilizar y concienciar en las pautas de producción y consumo responsable</p>
<p>ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos</p>	<p>El turismo contribuye al cambio climático, es altamente dependiente del consumo de energía y, en particular, de energía procedente de fuentes fósiles, y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, redundando en el propio interés del sector que este tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático.</p>	<p>Gestionar de forma sostenible y proteger los hábitats</p> <p>Implantar sistemas de gestión certificados internacionalmente reconocidos</p>
<p>ODS 14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible</p>	<p>El sector turístico depende en gran medida de la salud de los ecosistemas marinos, y a su vez, el desarrollo del turismo afecta ecológicamente a las costas. El desarrollo turístico en los destinos marítimos debe ser una parte de la gestión integrada de las zonas costeras con el fin de ayudar a conservar y preservar los ecosistemas.</p>	<p>Gestionar de forma sostenible y proteger los hábitats</p> <p>Implantar sistemas de gestión certificados internacionalmente</p> <p>Medidas dirigidas a turistas y locales para concienciar sobre el medioambiente</p>
<p>ODS 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad</p>	<p>El turismo en la naturaleza es el que más ha crecido en los últimos años, El desarrollo del turismo afecta con impactos negativos por la destrucción de hábitats y la contaminación de diverso tipo. Por ello, en el turismo, se deben adoptar estrategias y medidas relativas a la prevención de impactos negativos, a la conservación y restauración.</p>	<p>Medidas dirigidas a turistas y locales para concienciar sobre el medioambiente</p> <p>Promover la sensibilización entre viajeros para convertir la sostenibilidad en atributo de valor en la elección del destino</p>
<p>ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas</p>	<p>Debido principalmente a la diversidad de intereses de gobiernos, empresas y población, las acciones de un turismo sostenible deben enmarcarse en un modelo de gobernanza participativo, inclusivo y sostenible del destino; y de promoción de la cultura de la paz y el diálogo intercultural en los destinos.</p>	<p>Desarrollar código ético de la empresa</p> <p>Condiciones laborales dignas a los empleados en toda la cadena de valor</p>
<p>ODS 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible</p>	<p>El turismo, gracias a su naturaleza intersectorial, puede reforzar las asociaciones público-privadas e involucrar a múltiples agentes interesados con el fin de contribuir a los ODS. La construcción de alianzas por la sostenibilidad turística entre territorios y destinos, tendentes a revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible constituye la guía en el desarrollo de este objetivo</p>	<p>Crear alianzas público-privadas con sociedad, universidades, sector público, empresas para realizar proyectos que contribuyan al desarrollo del turismo sostenible.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de "El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible" y  
 GUIA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030"

En cuanto al análisis de la actividad turística, y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y según el estudio *“GUIA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030”*, destacan las siguientes conclusiones:

- El modelo de desarrollo turístico basado principalmente en aumentar el número de turistas e ingresos no está contribuyendo al cambio hacia la sostenibilidad y a la consecución de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible*.
- Además, se añade el hecho de que el desarrollo del modelo turístico no sostenible, actual en muchos países, hace que, a mayor desarrollo turístico mayor impacto en la biodiversidad de los ecosistemas forestales y terrestres y marinos.
- Los países que ponen en marcha políticas reales de sostenibilidad ambiental de su territorio muestran un mayor grado de cumplimiento de los ODS. En este sentido los Objetivos de consumo responsable (ODS 12), acción por el clima (ODS13), de conservación de ecosistemas terrestres (ODS 15) y de alianzas para implementar la Agenda 2030 (ODS 17) se muestran como los ODS que más contribuyen a la sostenibilidad de los destinos turísticos.
- Finalmente, los análisis muestran el hecho de que un país apueste por el desarrollo de medidas para mejorar la seguridad (ODS 16), la igualdad (ODS 10) y las infraestructuras (ODS 9) influye directamente en la captación de un mayor número de turistas y, por tanto, de un incremento en los ingresos generados por dicha actividad.

El Secretario General de la OMT, *Zurab Pololikashvili*, afirmó recientemente: *«La sostenibilidad no debe ser ya un nicho del turismo, sino que debe ser la nueva norma en todos y cada uno de los segmentos del sector. Es uno de los elementos centrales de nuestras Directrices globales para reiniciar el turismo. Está en nuestras manos transformar el turismo y que la superación de la pandemia se convierta en un punto de inflexión para la sostenibilidad»*.

#### 1.4 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la zona mediterránea:

En este apartado se muestra en una serie de gráficos e imágenes la situación en la que se encuentra cada uno de los países que componen el área mediterránea, en cuanto al nivel de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).










De esta manera, se pueden visualizar tanto los avances que han experimentado y en los que se ha llevado a cabo un mayor esfuerzo, así como los desafíos y aspectos en los que existe margen de mejora.

En el gráfico que se muestra a continuación se puede apreciar el ranking de los países según la puntuación obtenida en el *SDG INDEX Score*, que es un índice indicativo del grado de cumplimiento de los ODS por parte de los países. Si bien es cierto que **los países de la ribera norte del mediterráneo ocupan mejores posiciones** en este ranking (Francia, Croacia, España, Italia, Serbia, Chipre, Bulgaria, Grecia, Bosnia & Herzegovina) **los países de la ribera sur no se encuentran alejados y obtienen muy buenas puntuaciones** (Argelia, Túnez, Marruecos, Egipto, etc.):





**Table 2**  
The 2020 SDG Index scores

	Rank	Country	Score	Rank	Country	Score
	1	Sweden	84.7	43	Greece	74.3
	2	Denmark	84.6	44	Luxembourg	74.3
	3	Finland	83.8	45	Uruguay	74.3
	4	France	81.1	46	Ecuador	74.3
	5	Germany	80.8	47	Ukraine	74.2
	6	Norway	80.8	48	China	73.9
	7	Austria	80.7	49	Vietnam	73.8
	8	Czech Republic	80.6	50	Bosnia and Herzegovina	73.5
	9	Netherlands	80.4	51	Argentina	73.2
	10	Estonia	80.1	52	Kyrgyz Republic	73.0
	11	Belgium	80.0	53	Brazil	72.7
	12	Slovenia	79.8	54	Azerbaijan	72.6
	13	United Kingdom	79.8	55	Cuba	72.6
	14	Ireland	79.4	56	Algeria	72.3
	15	Switzerland	79.4	57	Russian Federation	71.9
	16	New Zealand	79.2	58	Georgia	71.9
	17	Japan	79.2	59	Iran, Islamic Rep.	71.8
	18	Belarus	78.8	60	Malaysia	71.8
	19	Croatia	78.4	61	Peru	71.8
	20	Korea, Rep.	78.3	62	North Macedonia	71.4
	21	Canada	78.2	63	Tunisia	71.4
	22	Spain	78.1	64	Morocco	71.3
	23	Poland	78.1	65	Kazakhstan	71.1
	24	Latvia	77.7	66	Uzbekistan	71.0
	25	Portugal	77.6	67	Colombia	70.9
	26	Iceland	77.5	68	Albania	70.8
	27	Slovak Republic	77.5	69	Mexico	70.4
	28	Chile	77.4	70	Turkey	70.3
	29	Hungary	77.3	71	United Arab Emirates	70.3
	30	Italy	77.0	72	Montenegro	70.2
	31	United States	76.4	73	Dominican Republic	70.2
	32	Malta	76.0	74	Fiji	69.9
	33	Serbia	75.2	75	Armenia	69.9
	34	Cyprus	75.2	76	Oman	69.7
	35	Costa Rica	75.1	77	El Salvador	69.6
	36	Lithuania	75.0	78	Tajikistan	69.4
	37	Australia	74.9	79	Bolivia	69.3
	38	Romania	74.8	80	Bhutan	69.3
	39	Bulgaria	74.8	81	Panama	69.2
	40	Israel	74.6	82	Bahrain	68.8
	41	Thailand	74.5	83	Egypt, Arab Rep.	68.8
	42	Moldova	74.4	84	Jamaica	68.7

Fuente: The Sustainable Development Goals and COVID-19. Sustainable Development Report 2020



Rank	Country	Score	Rank	Country	Score
85	Nicaragua	68.7	126	Syrian Arab Republic	59.3
86	Suriname	68.4	127	Senegal	58.3
87	Barbados	68.3	128	Côte d'Ivoire	57.9
88	Brunei Darussalam	68.2	129	The Gambia	57.9
89	Jordan	68.1	130	Mauritania	57.7
90	Paraguay	67.7	131	Tanzania	56.6
91	Maldives	67.6	132	Rwanda	56.6
92	Cabo Verde	67.2	133	Cameroon	56.5
93	Singapore	67.0	134	Pakistan	56.2
94	Sri Lanka	66.9	135	Congo, Rep.	55.2
95	Lebanon	66.7	136	Ethiopia	55.2
96	Nepal	65.9	137	Burkina Faso	55.2
97	Saudi Arabia	65.8	138	Djibouti	54.6
98	Trinidad and Tobago	65.8	139	Afghanistan	54.2
99	Philippines	65.5	140	Mozambique	54.1
100	Ghana	65.4	141	Lesotho	54.0
101	Indonesia	65.3	142	Uganda	53.5
102	Belize	65.1	143	Burundi	53.5
103	Qatar	64.7	144	Eswatini	53.4
104	Myanmar	64.6	145	Benin	53.3
105	Honduras	64.4	146	Comoros	53.1
106	Cambodia	64.4	147	Togo	52.7
107	Mongolia	64.0	148	Zambia	52.7
108	Mauritius	63.8	149	Angola	52.6
109	Bangladesh	63.5	150	Guinea	52.5
110	South Africa	63.4	151	Yemen, Rep.	52.3
111	Gabon	63.4	152	Malawi	52.2
112	Kuwait	63.1	153	Sierra Leone	51.9
113	Iraq	63.1	154	Haiti	51.7
114	Turkmenistan	63.0	155	Papua New Guinea	51.7
115	São Tomé and Príncipe	62.6	156	Mali	51.4
116	Lao PDR	62.1	157	Niger	50.1
117	India	61.9	158	Dem. Rep. Congo	49.7
118	Venezuela, RB	61.7	159	Sudan	49.6
119	Namibia	61.6	160	Nigeria	49.3
120	Guatemala	61.5	161	Madagascar	49.1
121	Botswana	61.5	162	Liberia	47.1
122	Vanuatu	60.9	163	Somalia	46.2
123	Kenya	60.2	164	Chad	43.8
124	Guyana	59.7	165	South Sudan	43.7
125	Zimbabwe	59.5	166	Central African Republic	38.5

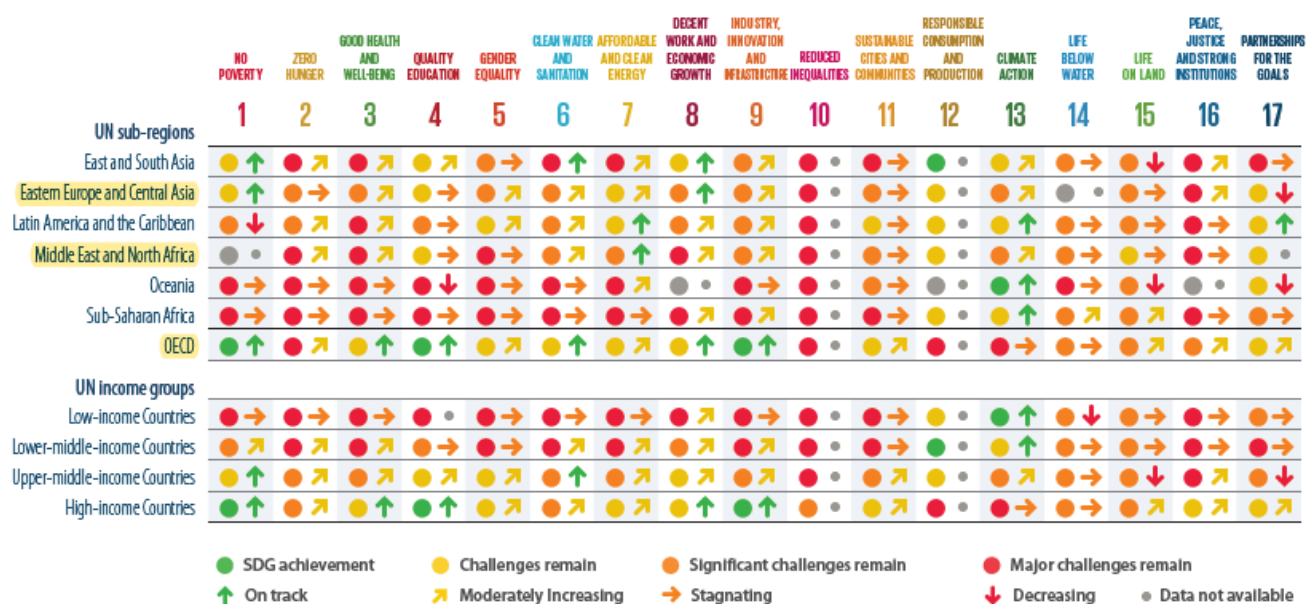


Fuente: The Sustainable Development Goals and COVID-19. Sustainable Development Report 2020

A continuación, podemos ver un cuadro con una comparativa del grado de cumplimiento de los 17 ODS por regiones del mundo, así como la evolución y tendencias que ha experimentado cada bloque:

Figure 12

2020 SDG dashboards (levels and trends) by United Nations sub-regions and income groups



Note: Excluding OECD specific indicators. Population-weighted averages. Source: Authors' analysis

Fuente: The Sustainable Development Goals and COVID-19. Sustainable Development Report 2020

En cuanto a la región de Europa del Este y Asia Central, cabe destacar el gran avance experimentado en los objetivos 1 y 8, erradicación de la pobreza y crecimiento económico sostenido respectivamente. También se han llevado a cabo importantes avances en cuanto a la consecución de los objetivos 3, 5, 6, 7, 9, 13 y 16.

El bloque comprendido por Oriente Medio y el Norte de África, ha experimentado muy buenos resultados en cuanto al cumplimiento del objetivo número 7, acceso a energías asequibles, fiable, sostenible y moderna. También ha llevado a cabo una evolución positiva en cuanto a los objetivos 2,3,6,8, 9 y 13.

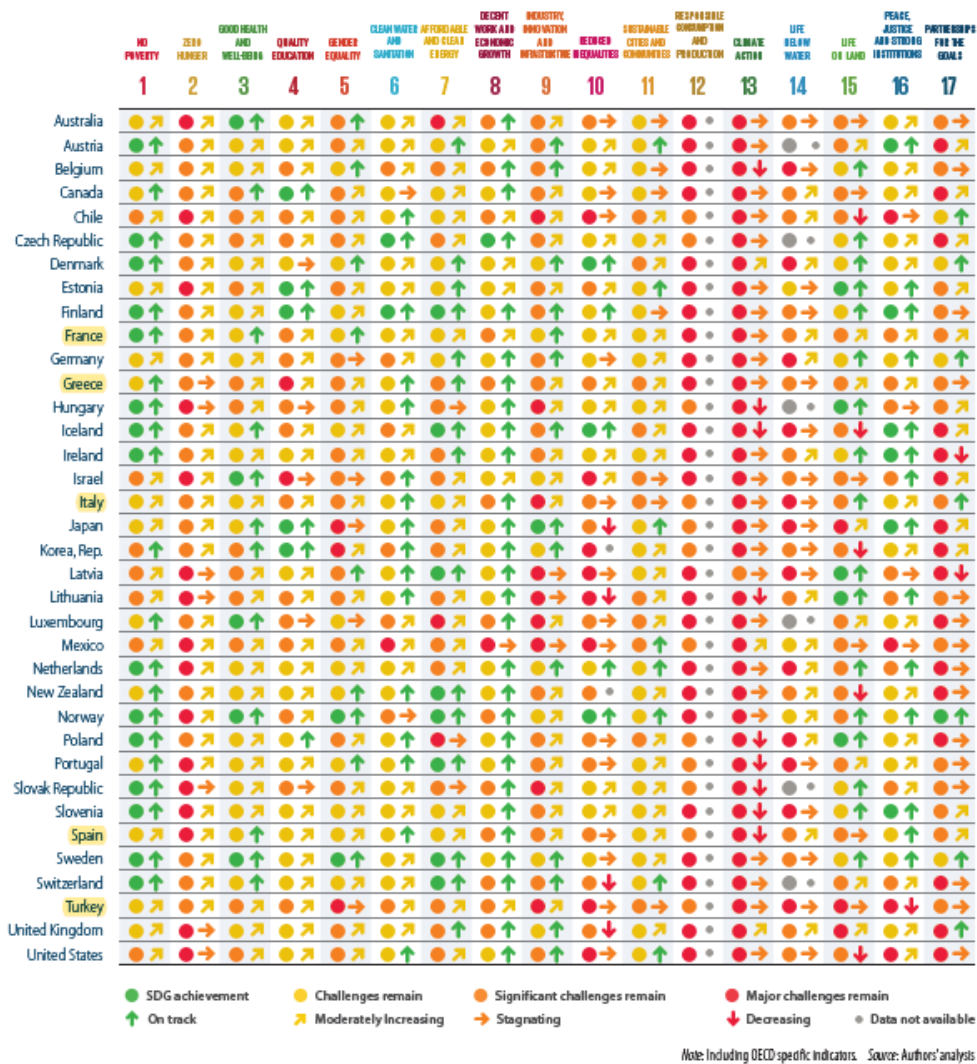
En cuanto al bloque de países OCDE, cabe destacar el cumplimiento actualmente de los objetivos 1, 4 y 9, con avances importantes en cuanto a los objetivos 3,4,6 y 8.

En el gráfico que se muestra a continuación podemos observar el grado de cumplimiento de cada ODS por país, indicándose en color amarillo los pertenecientes a la región mediterránea.

Dentro de este bloque de países mediterráneos pertenecientes a la OCDE, se observan los importantes avances conseguidos por **Francia, Grecia, Italia y España** (cada uno de estos países presenta 4 indicadores en verde y la mayoría en progreso) en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como los notables avances que ha venido experimentando **Turquía** (con varios indicadores en progreso).



**Figure 14**  
2020 SDG dashboards (levels and trends) for OECD countries

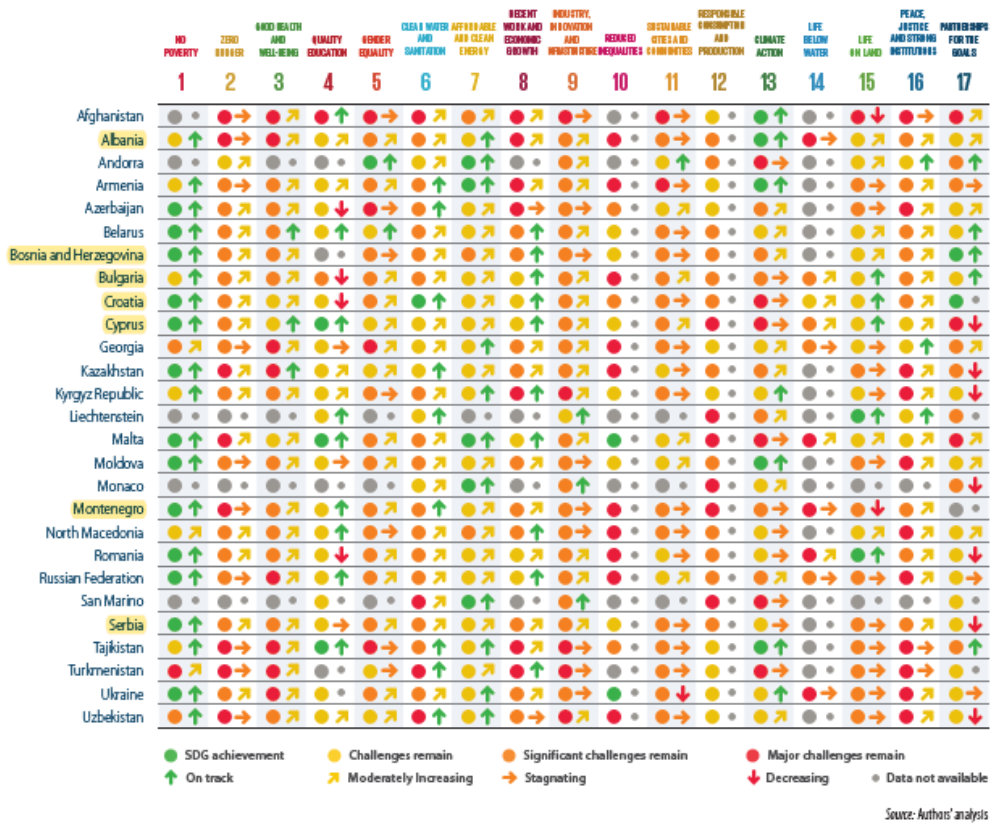


Fuente: Informe de Desarrollo Sostenible 2020.

En cuanto a los países mediterráneos que podemos encontrar en el bloque de Europa del Este y Asia Central, destaca la importante mejora experimentada en cuanto a los objetivos 1 y 8, aunque también existen otros objetivos con buena tendencia creciente. Estos países son: Albania, Bosnia & Herzegovina, Bulgaria, Croacia, Chipre, Montenegro y Serbia.



**Figure 15**  
2020 SDG dashboards (levels and trends) for Eastern Europe and Central Asia

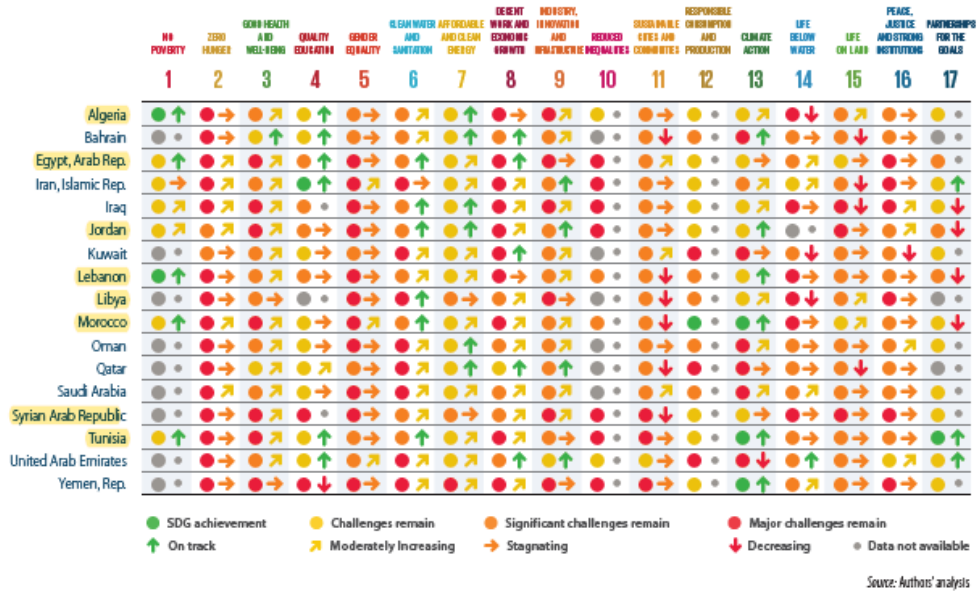


Fuente: Informe de Desarrollo Sostenible 2020.

Finalmente, en cuanto a los países mediterráneos que se encuentran dentro del bloque de Oriente Medio y Norte de África, es decir, Argelia, Egipto, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Siria y Túnez, cabe destacar la gran evolución que ha experimentado la mayoría, en objetivos como el número 1 de erradicación de la pobreza. También obtienen a nivel general una evolución positiva en el cumplimiento de objetivos como el 3, 4, 6 y 7.



**Figure 17**  
2020 SDG dashboards (levels and trends) for the Middle East and North Africa



Fuente: Informe de Desarrollo Sostenible 2020.

## 2. Situación COVID-19

El COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus, cuyo primer brote estalló en Wuhan (China) en diciembre de 2019. La *Organización Mundial de la Salud (OMS)* declaró el COVID-19 como una emergencia de salud pública internacional el 31 de enero de 2020 y como pandemia el 11 de marzo de 2020. Actualmente el COVID-19 afecta a muchos países de todo el mundo generando, a 20 de enero 2021, 96 millones de casos y más de dos millones de fallecimientos.

Lamentablemente, el sector turístico es uno de los sectores más afectados por la pandemia COVID-19 convirtiéndose el 2020 en el peor año que se haya registrado en la historia del turismo, debido principalmente a restricciones a los viajes, la poca confianza de los turistas a la hora de viajar y la lucha mundial por contener el virus del COVID-19.

Según la información proporcionada por la *Organización Mundial del Turismo (OMT)*, en 2020 los destinos recibieron 1.000 millones de turistas internacionales menos, frente al mismo periodo de 2019, en el que se recibieron 1.459 millones de turistas internacionales. Esto se traduce en una pérdida de 1,3 billones de dólares estadounidenses en ingresos por exportaciones del turismo internacional. Según Naciones Unidas, de 100 a 120 millones de empleos directos están en riesgo, principalmente de pequeñas y medianas empresas.

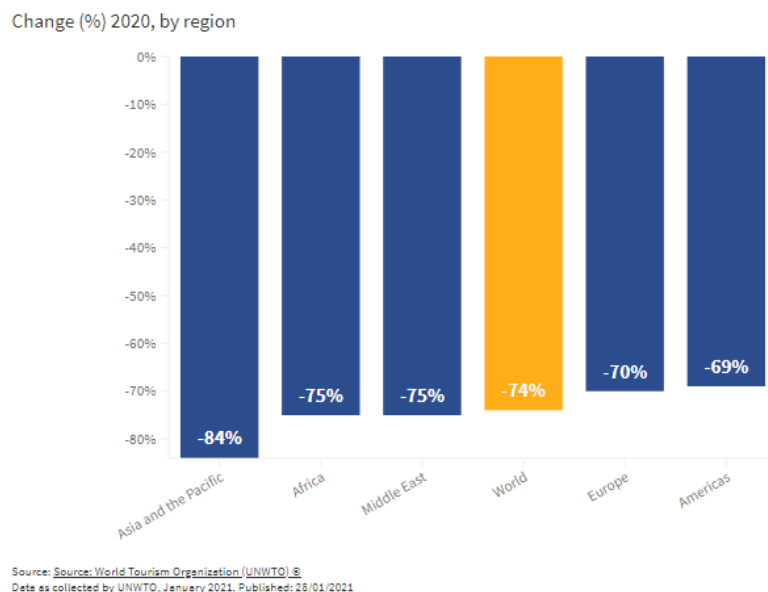
Con estas condiciones, el turismo mundial habrá retrocedido a niveles de hace 30 años, perdiéndose más del 2% del PIB mundial del 2019.

Según los datos proporcionados por la *Comisión Europea*, este descenso del turismo en el 2020 generará importantes pérdidas de ingresos: 85% para el sector de la hostelería, 85% para los operadores turísticos, 85% para los trenes de largo recorrido y 90% para los cruceros y compañías aéreas. Pero es que, además, hay que tener en cuenta que en muchos países existe un entramado empresarial, en torno al sector turístico, que no se encuentra enmarcado en estos sectores como pueden ser: guías turísticos,



transporte, cultura, actividades de ocio, artesanía, etc., que también se verán duramente afectados.

La caída de las llegadas internacionales mundiales alcanzó un 74% en el 2020, siendo este porcentaje de disminución desigual entre las distintas regiones en función principalmente del nivel de restricciones a los viajes, la evolución de la demanda y de la situación de la pandemia.



Fuente: Organización Mundial del Turismo

En la siguiente tabla se analizan los datos de las disminuciones de llegadas de turistas internacionales en la mayoría de los países de la región mediterránea, de enero a octubre 2020, en relación con el 2019 (datos facilitados por la *Organización Mundial del Turismo*).

PAÍSES	(Incremento o Decremento en %) Enero a octubre de 2020 con respecto a 2019										
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Total
ALBANIA	19	14	-66	-97	-96	-72	-67	-63	-36	-47	-60
ARGELIA											
BOSNIA HERZEGOVINA	24	-7	-77	-100	-100	-95	-94	-88	-88	-88	-84
BULGARIA	9	5	-44	-89	-87	-75	-66	-68	-56	-45	-61
CHIPRE	4	0	-67	-100	-100	-98	-88	-81	-83		-84
CROACIA	2	1	-81	-100	-98	-76	-51	-53	-82	-90	-67

EGIPTO	10	6	-64	-100	-100	-100	-93	-82			-69
ESPAÑA	-1	1	-64	-100	-100	-98	-75	-76	-87	-87	-76
FRANCIA											
GRECIA	20	25	-47	-96	-98	-94	-85	-73	-74		-77
ITALIA	4	-8	-83	-90	-84	-72	-55	-45	-47		-57
JORDANIA	12										12
LÍBANO	-27	-30	-80	-100	-98						-71
LIBIA											
MARRUECOS											
MONTENEGRO	4	12	-67	-100	-100	-95	-93	-81	-81	-92	-84
SERBIA	29	14	-66	-99	-98	-87	-89	-87	-83	-75	-75
SIRIA	4	5	-62	-99	-99	-97	-97	-98			-74
TÚNEZ	10	10	-60	-100	-99	-98	-83	-89	-85	-90	-77
TURQUÍA	16	4	-68	-99	-99	-96	-86	-71	-59	-59	-72

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT

Según se puede apreciar en la tabla anterior, en líneas generales el desplome del turismo causado por la pandemia es enorme. Todos los países de la región mediterránea han experimentado una drástica reducción de las llegadas de turistas internacionales en los meses de abril y mayo superando, como mínimo, el 89% de disminución con respecto al año anterior. En muchos de ellos la disminución es total (100% de disminución con respecto a las llegadas en 2019) como es el caso de Bosnia & Herzegovina, Chipre, Croacia, Egipto, España, Líbano, Montenegro y Túnez.

Con respecto a la evolución en los meses de julio y agosto, es decir, en plena temporada veraniega, la disminución de las llegadas es un poco menos acusada, pero continúa siendo gravísima, alcanzando niveles de disminución del 80% en términos generales. Concretamente, el país que menos disminución de turistas ha experimentado en el mes de julio es Croacia, con un 51% menos que en julio del año anterior, mientras que en el mes de agosto Italia es el que menos disminución experimentó, con un 45% menos que en agosto del año anterior.

Como se analizará más adelante, el sector turístico contribuye a una importantísima parte del crecimiento del PIB en las economías de los países de la región mediterránea (véase el apartado 3.2 del presente documento), alcanzando y superando el 20% en muchos de ellos. Este hecho explica las

graves consecuencias negativas que la crisis derivada de la pandemia puede generar en el empleo y crecimiento económico en los distintos países de la región.

Pese a la evolución de la pandemia a nivel mundial, durante el 2020, se han realizado intentos de recuperación del sector. **Determinados mercados han tratado de impulsar la recuperación a través del turismo doméstico.** Según la *IATA*, el tráfico nacional en China volvió casi a la normalidad en octubre, mientras que en Japón y Brasil se registraron mejoras sólidas, y en Rusia el turismo doméstico se mantuvo más resistente que la mayoría de los mercados. Por el contrario, el tráfico aéreo nacional se mantuvo particularmente débil en los Estados Unidos y en Australia.

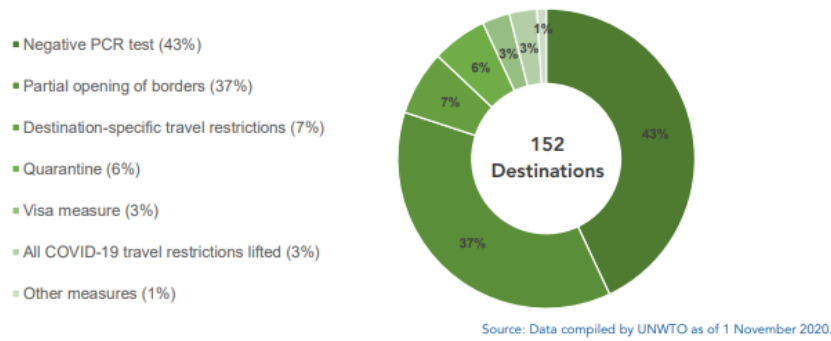
A principios de noviembre de 2020, 118 destinos (54% de todos los destinos en todo el mundo) tenían total o parcialmente cerradas sus fronteras (161 destinos el 1 de septiembre). De estos 118 destinos, 59 destinos cerraron completamente sus fronteras para turismo internacional y 59 destinos han cerrado parcialmente sus fronteras. De estos 118 destinos:

- 4 destinos pertenecen a Europa (7% de los destinos de Europa)
- 13 destinos pertenecen a África (25% de los destinos de África)
- 5 destinos pertenecen a Oriente Medio (38% de los destinos de Oriente Medio)

Por otro lado, a principios de noviembre de 2020, 152 destinos (70% de los destinos mundiales) han disminuido las restricciones para facilitar el turismo internacional (con un incremento de 37 destinos desde septiembre). De estos 152 destinos:

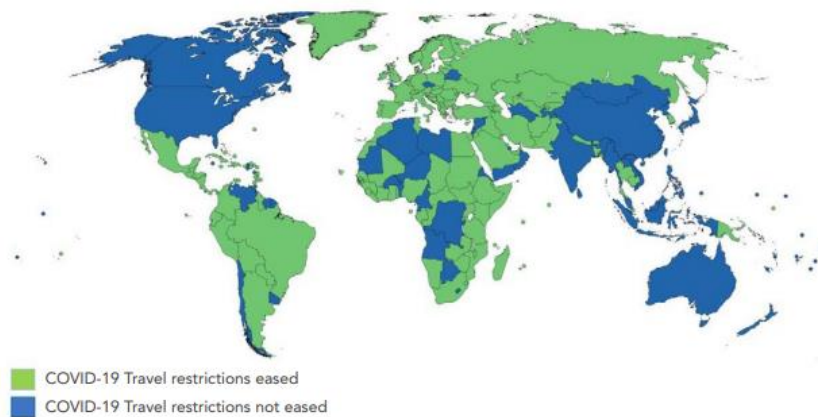
- 49 destinos pertenecen a Europa (91% de los destinos de Europa), con un incremento de 44 destinos respecto al 1 de septiembre.
- 40 destinos pertenecen a África (75% de los destinos de África), con un incremento de 14 destinos en relación con el 1 de septiembre.
- 8 destinos de Medio Oriente (62% de los destinos de Medio Oriente), con un incremento de 3 destinos con respecto a septiembre 2020.

Figure 6 - Category of travel restrictions by destinations that have eased COVID-19 related travel restrictions



Fuente: Organización Mundial del Turismo

Figure 1 - Destinations that have eased COVID-19 related travel restrictions as of 1 November 2020



Fuente: Organización Mundial del Turismo

Evidentemente los destinos que han disminuido las restricciones o que cierran total o parcialmente sus fronteras vienen variando en los últimos meses, y lo seguirán haciendo, en función de la evolución de la pandemia en sus países y en los países vecinos.

Por otro lado, cada vez más destinos han instaurado, como medida de seguridad a la llegada de los aeropuertos, la solicitud de la prueba PCR. A 1 de noviembre de 2020 el 58% de los destinos a nivel mundial solicitaban la prueba PCR. Y los destinos valoran la instauración de medidas que faciliten los viajes, como un posible “pasaporte COVID”.

Debido a que cada país ha aplicado políticas de control de fronteras diferentes frente a la propagación de la pandemia, se generó cierta incertidumbre e inseguridad, cuestión que agravó aún más la caída de los viajes, ya que complicaba sobremanera el proceso del viaje y penalizaba el escaso turismo que podría estar dispuesto a viajar.

En esta línea, y ante la falta de información, se pusieron en marcha determinadas iniciativas privadas, creando mapas interactivos para consultar las restricciones de viaje, facilitando así información a los turistas internacionales y dinamizando la toma de decisiones.

En este sentido, en el siguiente enlace, la Organización Mundial del Turismo detalla las medidas higiénico-sanitarias puestas en marcha en cada uno de los países: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>.

También la Comisión Europea ha puesto a disposición una herramienta, <https://reopen.europa.eu/en>, que proporciona una visión general de la situación sanitaria en los países europeos, permite seguir la evolución de la situación del coronavirus en cada país y proporciona información sobre las diversas restricciones vigentes.

En cuanto a la coordinación de los países en materia de control de las fronteras, durante el mes de enero de 2021 el **Comité Mundial de Crisis para el Turismo** creado por la OMT ha celebrado su primera reunión con el objetivo de **avanzar en la reactivación del turismo**, a través de la integración de las vacunas, viajes seguros y potenciar la confianza del sector turístico.

Este Comité ha destacado la importancia de avanzar la cooperación en los certificados de vacunación con el objetivo de garantizar la implementación de documentos, protocolos y principios de viaje comunes y digitales.

El Grupo Técnico del propio Comité junto con otros grupos de trabajo de otros organismos trabajan para que los gobiernos implementen las medidas y para que se apliquen en todos los niveles.

El Comité también solicitó apoyos para la iniciativa de la OCDE dirigida a crear un sistema armonizado de control de fronteras. Este sistema se desarrollaría junto a la Organización Mundial del Turismo y la Organización Mundial de la Salud.

Por otro lado, en relación a las medidas que los distintos Gobiernos están poniendo en marcha para paliar los efectos de la pandemia, la *Organización Mundial del Turismo* detalla las principales iniciativas monetarias, fiscales, de empleo, colaboraciones y restablecimiento del sector, que los países están desarrollando con el fin de acelerar la recuperación: <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>

Además, considerando que el transporte aéreo es un sector estratégicamente importante en la cadena de valor de la actividad turística, ya que sin vuelos el turismo internacional se limita a la visita de países vecinos por vía terrestre, marítima o ferroviaria, algunos países han otorgado ayudas estatales a sus aerolíneas, como Francia con Air France, Alemania con Lufthansa o Italia con Alitalia.

A continuación, se exponen algunos ejemplos concretos de medidas llevadas a cabo por algunos países del área mediterránea, según el informe “El COVID-19 y la transformación del turismo”, publicado en agosto de 2020 por Naciones Unidas:

Egipto: aplazó todos los pagos adeudados por los establecimientos turísticos y hoteleros y declaró que todos los bazares y cafeterías situados en yacimientos arqueológicos estaban exentos de pagar el alquiler hasta que se reanudara el turismo en condiciones de seguridad. El Banco Central de Egipto ofreció a las instalaciones turísticas fondos con tipos de interés bajos, en particular, para pagar los sueldos del personal, y puso en marcha una iniciativa de financiación en apoyo del turismo. Además de reducir el tipo de interés, los bancos pueden conceder servicios de crédito con un plazo de devolución máximo de dos años, así como un período de gracia de seis meses, a partir de la fecha de concesión.

Bulgaria: el Gobierno ayudó a las empresas (establecimientos hoteleros, agencias de viajes y operadores turísticos, restaurantes y establecimientos

de comida rápida, entre otros) cubriendo los pagos de los seguros adeudados por los empleadores.

Italia: Ha autorizado la suspensión del pago de los impuestos, la seguridad social y las prestaciones sociales del sector turístico y ha ampliado la medida a las empresas culturales.

Serbia: Ha anunciado pagos directos a las empresas (o un porcentaje de los sueldos) que se han visto obligadas a cerrar debido a la pandemia.

Líbano: Permitió que las instituciones económicas prestaran dinero sin intereses durante cinco años para ayudar a pagar los sueldos.

Montenegro: Anunció que se concederían subsidios para los sueldos de abril y mayo a empresarios y pymes turísticas (si lo solicitan, las empresas turísticas recibirán subsidios para pagar los sueldos)

Grecia: Los trabajadores cuyos contratos estén suspendidos temporalmente recibirán una indemnización y el Estado se hará cargo de pagar su seguro social y de salud.

Marruecos: Flexibilidad respecto a las contribuciones a la seguridad social, cancelándose la totalidad de las obligaciones de pago a los empleadores y el estado se hará cargo del 70% de los sueldos perdidos durante tres meses para ayudar a los trabajadores a tiempo parcial.

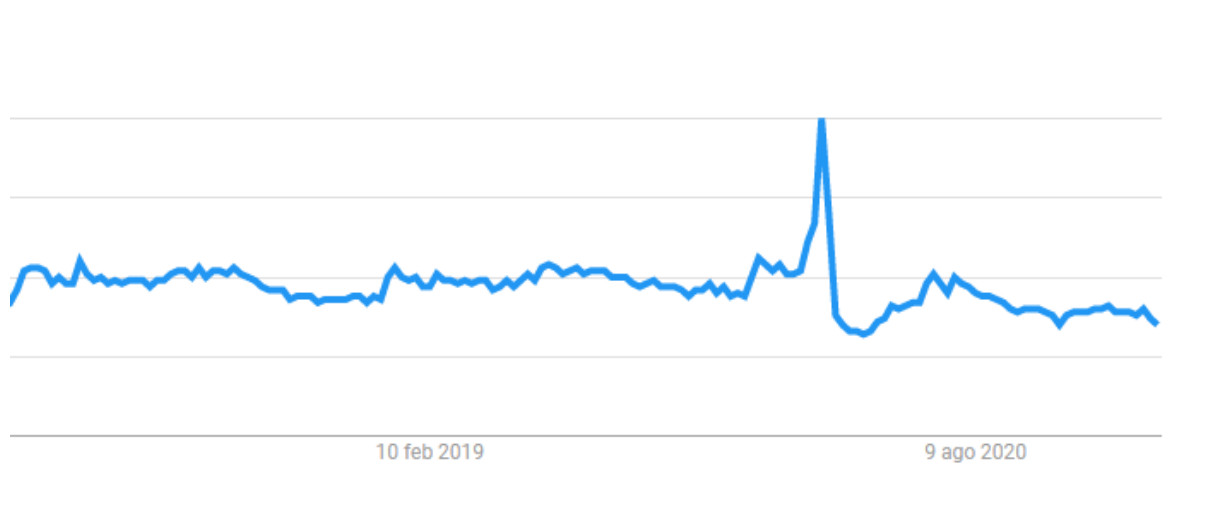
Albania: el Ministerio de Turismo y Medio Ambiente, en colaboración con el Ministerio de Salud y Protección Social, preparó un protocolo de medidas contra el COVID-19 durante la temporada de 2020, que tiene por objeto regular las condiciones que deben cumplir las empresas turísticas para reiniciar la temporada turística y orientarlas al respecto y proteger al personal y los visitantes.

Argelia: creó una dependencia de seguimiento específica para el turismo, presidida por el Director General de Turismo y que hace un seguimiento de la situación en consulta con operadores y profesionales, incluidas las patronales y los sindicatos.

En otro orden de cosas, si bien es cierto que durante el año 2020 las llegadas de turistas internacionales disminuyeron drásticamente, pese a los esfuerzos de los países receptores de turismo, también es cierto que se ha experimentado un mantenimiento de la intención de viaje por parte de los turistas.

Conforme se puede apreciar en el gráfico que se expone a continuación, y en base a los datos facilitados por Google Trends, se observa una gran caída en la búsqueda de la palabra “travel” en internet coincidente con el mes de marzo de 2020, cuando se declaró la pandemia y comenzaron los confinamientos en la mayoría de los países, pero posteriormente el interés ha ido creciendo y se puede observar que se mantiene una tendencia similar a la del año anterior 2019, sobre todo en los meses de julio y agosto de 2020.

Interés a lo largo del tiempo del término de búsqueda “Travel”



Fuente: Google Trends

Por el contrario, la búsqueda de las palabras “Travel restrictions” sí ha experimentado un gran crecimiento durante la pandemia, no siendo nada relevante con anterioridad al año 2020. Este hecho muestra la inquietud e incertidumbre que ha tenido el potencial turista a la hora de recabar información para realizar el viaje de forma segura.



## Interés a lo largo del tiempo del término de búsqueda “Travel restrictions”



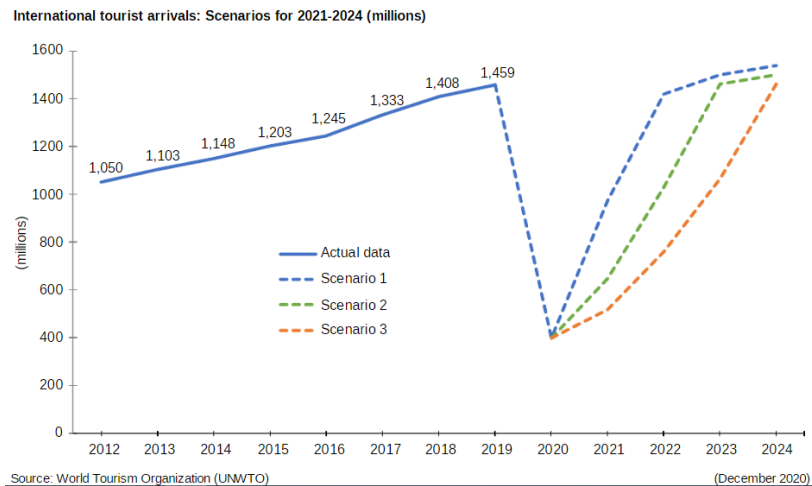
Fuente: Google Trends

### 2.1 Posibles escenarios de recuperación

La *Organización Mundial del Turismo* prevé que el anuncio de la vacuna y el inicio de la campaña de vacunación aumenten paulatinamente la confianza de los consumidores. Según una encuesta elaborada también por la OMT para su Panel de Expertos, las principales barreras para la recuperación del turismo internacional son las restricciones para viajar (29%), la contención del virus (19%) y la confianza de los consumidores (15%).

En mayo de 2020, la *Organización Mundial del Turismo* presentó tres posibles escenarios de evolución de las llegadas internacionales de turistas hasta octubre 2020, con resultados de los tres escenarios de un descenso de entre el 45% y el 95%. La realidad sitúa el descenso de las llegadas internacionales de turistas en el mes de octubre 2020 del 83%.

Con la actualización del estudio, la *Organización Mundial del Turismo* prevé una evolución para los próximos años de las llegadas de turismo internacional teniendo en cuenta tres escenarios, y siempre considerando una superación gradual de la pandemia, los efectos positivos de la vacuna, una mayor confianza de los turistas y un descenso de las restricciones.



Fuente: Organización Mundial del Turismo

En los tres casos se espera un repunte de las llegadas de turistas internacionales mundiales en la segunda mitad del 2021, pero dependiendo del escenario, se alcanzarían los 1.459 millones de turistas internacionales de 2019, entre final del 2023 y final del 2024.

Los escenarios ampliados para 2021-2024 de la OMT indican que el turismo internacional podría tardar entre dos años y medio y cuatro en volver a los niveles de 2019. De hecho, a largo plazo la mayoría de los expertos no prevé un retorno a los niveles prepandémicos antes de 2023:

- 1%de las personas encuestadas creen que se llegará al número de llegadas internacionales correspondientes al 2019 en 2021
- 15%de los expertos piensan que se llegará en 2022
- 43%de los encuestados apuntan a la recuperación del número de llegadas internacionales correspondientes al 2019 en el 2023
- 41% cree que no se recuperarán los niveles de 2019 hasta 2024 o incluso después.

Según los expertos de la OMT, la previsión para el 2021 con respecto al 2020 es la siguiente:

- 45%de los expertos prevé un mejor panorama en 2021 que en 2020

- 25% espera un comportamiento similar en 2021 que en 2020
- 30% prevé un empeoramiento de los resultados en 2021

En cuanto al repunte potencial de la actividad turística mundial, las expectativas de los expertos de la OMT empeoran con respecto a sus previsiones de octubre 2020:

- 50% de los encuestados cree que el repunte se producirá en 2022 (frente al 21% que lo expresaba en octubre de 2020)
- 50% de los expertos considera que el repunte puede tener lugar en 2021 (frente al 79% que lo expresaba en octubre de 2020)

El nuevo escenario del turismo internacional, tras la pandemia del COVID-19, podría presentar, según la OMT una serie de cambios:

- Incremento del turismo doméstico.
- Experiencias al aire libre, como turismo de naturaleza, turismo rural o viajes por carretera.
- Medidas de seguridad y políticas de cancelación.
- Reservas de última hora.
- El segmento de turista joven se recupera más fácilmente que los turistas maduros, o los jubilados.
- Resurgimiento del Turismo responsable, turismo sostenible.

## 2.2 Principales recomendaciones para la recuperación económica

Además, la *Organización Mundial del Turismo*, publica una serie de recomendaciones dirigidas a colaborar en la recuperación del sector turístico, y que se recogen en tres prioridades:

- **Gestionar la crisis y mitigar el impacto**, manteniendo el empleo, apoyando a los trabajadores por cuenta propia, asegurando la liquidez, promoviendo el desarrollo de competencias y revisando los impuestos, tasas y normativas relacionados con los viajes y el turismo.

- Suministrar estímulos y acelerar la recuperación proporcionando estímulos financieros, con políticas fiscales favorables, levantando restricciones de viajes tan pronto como la emergencia sanitaria lo permita, flexibilizando régimen de visados, impulsando el marketing y a la confianza de los consumidores.
- **Prepararse para el mañana:** Se pide que se tenga más en cuenta la contribución del turismo a la Agenda para el Desarrollo Sostenible y al fortalecimiento de la resiliencia, aprendiendo de las lecciones de la actual crisis.

Según la *OCDE*, la supervivencia de las empresas está en riesgo si no cuenta con el apoyo continuo de los gobiernos, para tratar de minimizar la pérdida de empleos turísticos y construir una recuperación del sector turístico coordinada. **Muchos países también están desarrollando medidas para construir una economía turística más resistente** después del COVID-19. Pero esto incluye la preparación de planes para apoyar la recuperación sostenible del turismo, promover la **transición digital** y pasar a un **sistema turístico más ecológico**, y repensar el turismo para el futuro. Las prioridades incluyen:

- Restaurar la confianza de los viajeros.
- Apoyar a las empresas turísticas para que se adapten y sobrevivan.
- Promover el turismo nacional y respaldar el retorno seguro del turismo internacional.
- Facilitar información clara a los viajeros y las empresas, y limitar la incertidumbre (en la medida de lo posible).
- Respuesta para mantener la capacidad en el sector y abordar las brechas en los apoyos.
- Fortalecer la cooperación dentro y entre los países.
- Construir un turismo más resiliente y sostenible.

Según *Naciones Unidas*, la hoja de ruta para transformar el sector turístico tendrá que incluir cinco áreas prioritarias:

- Gestionar la crisis y mitigar los impactos socioeconómicos.
- Impulsar la competitividad y generar resiliencia.
- Avanzar en la innovación y digitalización del ecosistema turístico.
- Promover la sostenibilidad y el crecimiento verde inclusivo.
- Coordinación y colaboración para la transformar el turismo y conseguir el objetivo de los ODS.

Según la *Asociación de Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo (ASCAME)*, principal interlocutor del sector privado en el mediterráneo, el nuevo modelo de desarrollo de las economías mediterráneas se basa en tres pilares: Economía Digital, Economía Verde y Economía Azul, siendo los sectores más destacados: logística y transporte, turismo, textil, agricultura y alimentación, automóvil y salud.

Las iniciativas que destaca el *Recovery Plan* para la recuperación del sector turístico privado son:

- Crear un fondo de rescate para empresas y negocios, especialmente para los de la industria de viajes y turismo, incluidas aerolíneas, compañías de cruceros, agencias de viajes y operadores turísticos.
- Promover políticas de estímulo y brindar incentivos financieros para la inversión y la explotación turística.
- Apoyar a pymes y startups y proteger a los grupos más vulnerables.
- Revisar los impuestos y la regulación que afectan el transporte y el turismo.
- Garantizar la protección y confianza del consumidor, así como promover eventos y conferencias.
- Incluir el turismo en los mecanismos de emergencia económica a nivel nacional, regional y global, para restaurar la confianza y estimular la demanda.
- Crear estrategias de manejo de crisis.

- Priorizar el turismo en los programas de recuperación nacionales, regionales o internacionales y en la ayuda al desarrollo.

Además, el *Recovery Plan* identifica los nuevos desarrollos del sector:

- 'Consejo de Turismo del Mediterráneo': se debe hacer hincapié en la creación de nuevas oportunidades para el crecimiento económico en toda la región
- 'Marca mediterránea': utilizar el lema 'Mediterráneo como marca' para un marketing internacional exitoso, y dar margen para la expansión mediante franquicias o mediante otros modelos.
- Impulsar la región mediterránea como destino sostenible: Se abre una oportunidad sin precedentes para reconfigurar el sector y garantizar no solo su crecimiento, sino su sostenibilidad, con la inclusión y la responsabilidad como factores clave.
- Planificar e implementar una infraestructura de turismo verde.
- Era digital: crear nuevas oportunidades, nuevos puestos de trabajo y la adquisición de nuevas habilidades a partir de la digitalización.
- Es hora de diversificar mercados, productos y servicios, y también invertir en sistemas de análisis de mercado

Como se puede observar, los principales organismos coinciden en varias prioridades necesarias para superar la pandemia, como la mayor digitalización del sector, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas y al empleo, o apostar por el turismo nacional, pero, sin duda, los principales organismos identifican el Turismo Sostenible como una de las principales prioridades. La crisis también es una oportunidad para repensar el sector turístico y su contribución a los *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, la naturaleza, y el Acuerdo de París sobre el cambio climático, una oportunidad para trabajar hacia un mayor turismo sostenible, inclusivo y resiliente.

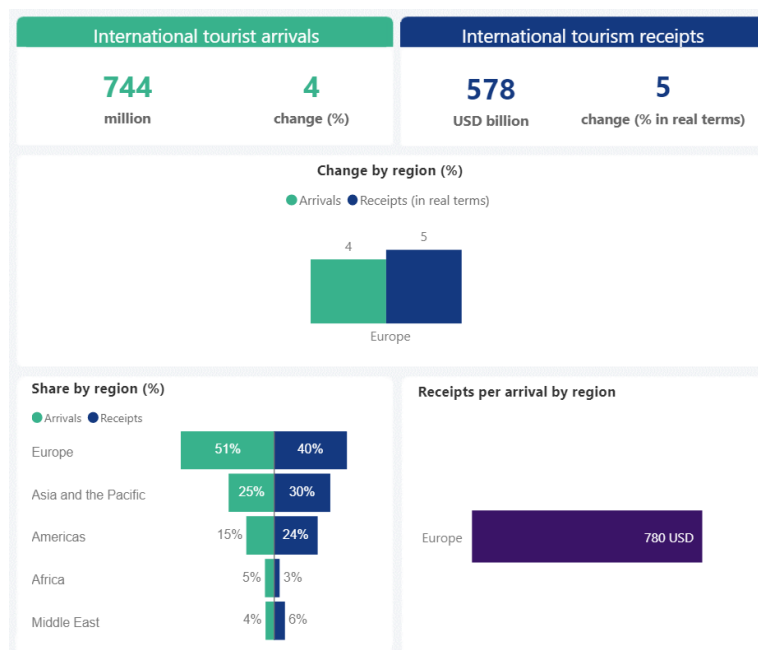
### 3. La situación del turismo y del turismo sostenible en el Mediterráneo

#### 3.1. Principales datos del sector turístico en las regiones de Europa, África y Oriente Medio

Evolución creciente en llegadas de viajeros e ingresos por turismo en la región.

Al analizar la evolución de las regiones que componen el eje mediterráneo, es decir, los continentes de Europa, África y Asia (la parte de Oriente Medio), podemos señalar que, entre estos tres bloques, en 2019, registraron una llegada de visitantes extranjeros de más de 881 millones que implicaron unos ingresos de más de 0,707 billones de dólares estadounidenses, según fuentes de la *Organización Mundial del Turismo*.

#### EUROPA



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019



## ÁFRICA



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

## ORIENTE MEDIO



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019



## Gran potencial en cuanto a la oferta turística

Los países de la ribera norte del mediterráneo, concretamente Italia, España y Francia (aunque no aparece en la tabla) representan una cantidad crucial en cuanto a la oferta total de establecimientos, habitaciones y camas del total del continente europeo.

En el gráfico que aparece a continuación, se puede apreciar como Italia lidera el número de establecimientos (32.730), número de habitaciones (con más de un millón) y un número de camas de más de dos millones. España es otro país que contribuye sobremedida en cuanto a un elevado número de establecimientos, habitaciones y camas, según se puede apreciar. Solamente sumando Italia y España (sin contar los datos de Francia que obtendría posiblemente valoraciones similares o superiores) podemos hablar de que concentran más de la mitad del número de camas del continente europeo.

### EUROPA

#### Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Italy	32.730	1.092.758	2.260.490
Germany	31.615	993.298	1.959.076
Spain	19.381	929.510	1.951.230
Austria	11.823	290.878	607.010
Portugal	6.510	190.472	438.003
Romania	7.608	154.043	329.931
Czech Republic	6.236	141.110	328.501
Switzerland	4.646	140.331	273.849
Bulgaria	2.166	127.052	288.027
Norway	1.103	94.780	209.151
Croatia	1.089	82.038	71.005
Kazakhstan	3.592	75.913	81.201
Hungary	2.324	75.013	84.090
Finland	794	60.444	33.515
Denmark	570	50.824	102.742

Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

Entre los países de la ribera sur mediterránea localizados en el continente africano, destacan Túnez (por el número de habitaciones) y Argelia (por el número de establecimientos):

## ÁFRICA

### Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Tunisia	876	118.008	236.015
South Africa	3.023	88.600	
Ethiopia	1.555	47.481	59.353
Mozambique	2.188	35.331	57.995
Madagascar		29.746	
Angola	235	14.323	17.902
Mauritius	112	13.489	31.024
Cabo Verde	284	13.092	21.050
Togo	600	7.576	3.000
Niger	198	4.187	4.768
Lesotho	170	4.028	5.971
Eswatini	164	3.293	6.644
Reunion	77	2.825	6.600
Comoros	72	768	1.536
Algeria	1.417		125.676

Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

Finalmente, entre los países mediterráneos localizados en el continente asiático (localizados en Oriente Medio), en cuanto a la oferta sobre el número de habitaciones se refiere, destacan países como Líbano y Jordania.



## ORIENTE MEDIO

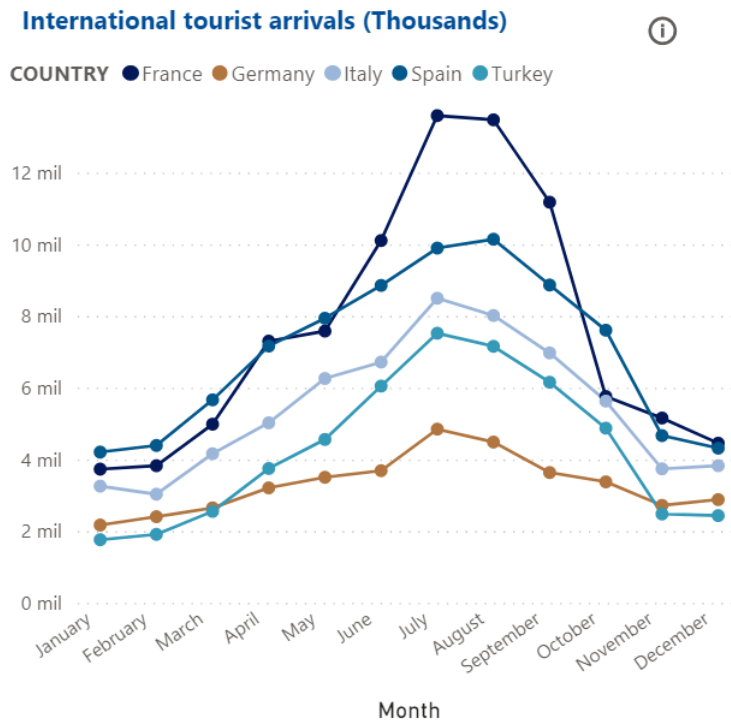
### Total Capacity

COUNTRY	ESTABLISHMENTS	ROOMS	BEDS
Saudi Arabia	8.281	606.519	1.221.243
Lebanon	584	4.286	126.659
Jordan	577	4.169	54.574
Qatar	130	27.261	
Palestine	125	6.917	14.852

Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

Desde el punto de vista de la estacionalidad a lo largo del año, se puede apreciar en la gráfica inferior las llegadas internacionales registradas por meses en 2019, entre los principales países mediterráneos situados en cada continente:

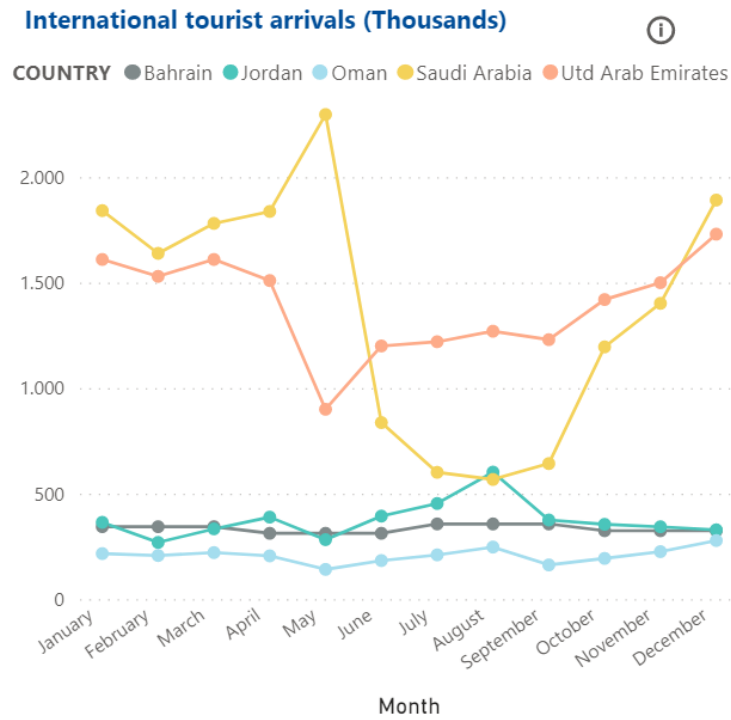
## EUROPA



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

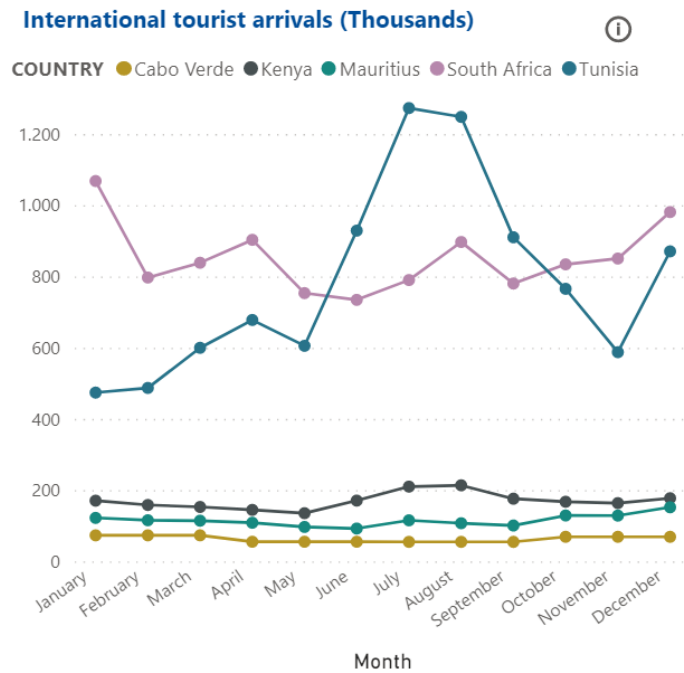


## ORIENTE MEDIO



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

## ÁFRICA



Fuente: UNWTO TOURISM DASHBOARD - OMT 2019

Es muy importante destacar que la estacionalidad es un tema clave en la sostenibilidad del turismo en la región Mediterránea. Esta estacionalidad tiene consecuencias a nivel social, económico y también ambiental, debido a que los impactos que los destinos asumen presentan grandes diferencias a lo largo del año. Algunos ejemplos serían la construcción de infraestructuras que sólo son utilizadas durante una época del año, la creación de puestos de trabajo inestables que varían a lo largo del tiempo, el aumento del consumo de recursos y la producción de residuos concentrado en los meses estivales, entre otros. También el suministro de agua se ha convertido en una cuestión muy importante, especialmente entre los residentes locales y los proveedores de infraestructuras turísticas y complejos hoteleros, como campos de golf, piscinas, etc.

Los impactos mencionados anteriormente tienen graves implicaciones para el futuro, en cuanto a la planificación y el desarrollo turístico en la región Mediterránea.

### **3.2. Radiografía del sector turístico en los países del área mediterránea**

#### **El turismo, sector clave para la economía**

La importancia del sector turístico para muchas economías de los países bañados por el Mar Mediterráneo es y ha sido crucial en los últimos años. A través de este sector, muchos países han desarrollado grandes e importantes proyectos para mejorar sus infraestructuras de transporte, comunicaciones, ambientales y sociales, lo que ha implicado la creación de un gran número de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos.

#### **Más de 406 millones de llegadas internacionales generando 11 millones de empleos**

Como se puede ver en la siguiente tabla que se expone a continuación, en el año 2019 se registró una cifra de más de 406 millones de llegadas de turistas internacionales\*. La mayoría de los países registraron un incremento con respecto al año anterior. Esto se ve más claramente si tenemos en cuenta la evolución de los últimos 10 años, donde el crecimiento medio es

positivo en todos los países. Los puestos de trabajo generados por las industrias turísticas en todos estos países superan los 11 millones, lo que demuestra la gran relevancia de este sector para la economía y la sociedad de los países mediterráneos.

PAÍSES	Llegadas de turistas internacionales en 2019 (millones)	%de variación 2019/2018	% Crecimiento medio anual últimos 10 años	Ingresos turísticos internacionales 2019 (mill. USD)	% Variación (en términos reales) 2019/2018	Ingresos por llegadas 2019 (USD)	Número de empleados en las industrias turísticas (miles) 2017/18/19	% Contribución del Sector Turismo al PIB
Albania	5,9	15	13	2.300	12	390	47	27
Argelia	2,4	-11	2	100	-33	50	308	6,8
Bosnia-Herzegovina	1,2	14	14	1200	13	980	27	10,6
Bulgaria	9,3	0	5	4.300	1	460	-	11,8
Chipre	4,0	1	6	3.300	-1	820	46	23
Croacia	17,4	4	6	11.800	11	680	87	25,1
Egipto	13,0	15	0	13.000	12	1.000	1.992 (2015)	11,9
España	83,5	1	5	79.700	3	950	2.605	14,7
Francia	90 (2018)	3 (2018-2017)	-	63.800	2	-	2.000	9,5
Grecia	31,3	4	8	20.400	13	650	320	21,5
Italia	64,5	5	4	49.600	6	770	1.953 (2015)	13,3
Jordania	4,5	8	2	5.800	10	1.290	52	20
Líbano	1,9	-1	0	8.600	2	4.440		20
Libia	-	-	-	-	-	-		3
Marruecos	12,9	5	4	8.200	8	630	548	18,9
Montenegro	2,5	21	9	1.200	10	490	16	21,9
Serbia	1,8	8	11	1.600	9	870	32 (2018)	7
Siria	-	-	-	-	-	-		11,5
Túnez	9,4	14	2	2.100	35	220		16
Turquía	51,2	12	5	29.800	18	580	1.569	12,8
<b>Total</b>	<b>406</b>						<b>11.602</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de UNWTO Tourism Dashboard

\*Recoge los últimos datos disponibles, no hay datos actualizados de Francia, Siria y Libia.





## Importante contribución del turismo al PIB de cada país

Por último, cabe destacar la gran importancia que este sector representa para muchas de las economías locales, ya que existen algunos países como Albania, Chipre, Croacia, Grecia, Jordania, Líbano o Montenegro en donde el turismo contribuye al PIB del país en más de un 20%

### 3.3. Principales segmentos y tendencias del turismo en los países Mediterráneos

Con el objetivo de tener una visión general de los segmentos y tendencias más importantes existentes en el área mediterránea, se ha elaborado una tabla con información obtenida a partir de las páginas webs promocionales que las autoridades turísticas de cada país ponen a disposición del turista internacional. En estas webs se indican tácitamente los segmentos más relevantes para el destino y en los cuales cada país cuenta con mayor experiencia y tradición. La tabla se ha elaborado poniendo en cada fila un país y en cada columna los segmentos del turismo.

Para identificar de una manera gráfica donde se sitúan los segmentos más fuertes, se han asignado colores en función de la importancia detectada de cada uno de ellos, de la siguiente manera:

	Significa que este segmento no es muy importante para el país
	Significa que el segmento existe, pero no es muy relevante
	Significa que este es un segmento importante
	Significa que el país es muy potente en este segmento



País	Vacacion al	Sol y playa	Cruc eros / Náuti co	Depo rtes	Enoló gico	Gastro nómic o	Aventu ra	Cultural - Patrimoni o	Rural	Negocios - MICE	Salud - Belleza	Nieve
Albania	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Dark Blue	Orange	Orange	Yellow	Yellow
Argelia	Orange	Orange	Orange	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Yellow
Bosnia- Herzegov ina	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Dark Blue	Orange	Yellow	Yellow	Dark Blue
Bulgaria	Orange	Orange	Yellow	Orange	Orange	Orange	Orange	Dark Blue	Orange	Orange	Yellow	Dark Blue
Chipre	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Orange	Yellow
Croacia	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange	Orange
Egipto	Orange	Orange	Dark Blue	Yellow	Orange	Orange	Orange	Dark Blue	Yellow	Orange	Orange	Yellow
España	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue
Francia	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue
Grecia	Orange	Orange	Light Blue	Orange	Light Blue	Light Blue	Orange	Dark Blue	Orange	Orange	Orange	Orange
Italia	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue
Jordania	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Yellow	Dark Blue	Dark Blue	Orange	Orange	Yellow	Yellow
Líbano	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Orange
Libia	Yellow	Yellow	Light Blue	Light Blue	Yellow	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Yellow	Yellow	Yellow
Marrueco s	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
Monteneg ro	Orange	Orange	Orange	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Light Blue
Serbia	Orange	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Light Blue	Orange	Orange	Orange	Yellow	Yellow	Light Blue
Siria	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Orange	Yellow	Orange	Light Blue	Yellow	Yellow	Yellow
Túnez	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Dark Blue	Light Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Yellow
Turquía	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Dark Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Dark Blue	Dark Blue	Dark Blue

Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes nacionales



Cultura / patrimonio, gastronomía, cruceros / náutico, son los segmentos que han resultado más relevantes para la zona mediterránea

Conforme se puede apreciar en la tabla, la nube de colores azules más importantes se encuentra repartida entre los segmentos de cultura y patrimonio, gastronómico y cruceros y náutico. Los países mediterráneos representan una importantísima fuente de cultura y riqueza patrimonial, con multitud de monumentos y excelente oferta museística que hacen de la zona un gran atractivo para los visitantes internacionales que desean realizar viajes culturales. Además, destaca el segmento gastronómico, ya que la rica, variada y saludable dieta mediterránea es un gran recurso de la zona y supone un motivo excepcional de visita a la región. Por otra parte, el mar mediterráneo que baña los países de la zona es propicio para realizar todo tipo de actividades cruceristas, así como disfrutar de la náutica y de multitud de actividades recreativas relacionadas con este segmento.

**Los segmentos más sostenibles, presentes en el área mediterránea**

Cabe señalar que en el destino mediterráneo se encuentran presentes los segmentos que contribuyen a la creación de mayor sostenibilidad de un destino, como son el turismo rural, que respeta el medio ambiente y contribuye al desarrollo y prosperidad de las comunidades locales, el turismo de aventura y el deportivo.

### 3.4. Las principales iniciativas, desafíos y nichos en materia de turismo sostenible

La siguiente tabla describe las principales iniciativas, desafíos y nichos u oportunidades en el turismo sostenible en los países del área mediterránea.

La tabla que se muestra a continuación ha sido elaborada investigando los diferentes planes estratégicos de cada país mediterráneo e identificando algunos de los objetivos más importantes que se fijan en un futuro próximo, además de los retos y aspectos a desarrollar en términos de sostenibilidad en cada territorio:



País	Iniciativas en turismo sostenible	Desafíos de turismo sostenible	Nichos / Oportunidades en turismo sostenible
Albania	Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2019-2023	<p>Desarrollo de infraestructura turística</p> <p>Regulación, normalización y certificación de establecimientos de alojamiento y otros servicios turísticos</p> <p>Sistema eficaz de formación profesional continua en el turismo</p>	<p>Promover la inversión pública y privada</p> <p>Desarrollo de productos turísticos</p> <p>Mejora de los servicios turísticos</p> <p>Promoción</p> <p>Soporte de gestión de destinos</p>
Argelia	Plan de Calidad Turística de Argelia (PQTA)	<p>Fortalecer la competitividad nacional integrando el concepto de Calidad</p> <p>Profesionalización en todos los sectores de la oferta turística nacional</p> <p>Valorar los territorios nacionales de turismo y su riqueza local</p> <p>Turismo de calidad de marca Argelia</p>	<p>Modernización, ampliación y formación</p> <p>Crear la sostenibilidad de la oferta turística de Argelia mejorando la visibilidad de la calidad de los servicios por parte de clientes nacionales y extranjeros</p> <p>Renovación, Rehabilitación de infraestructura turística</p>
Bosnia-Herzegovina	Estrategia de desarrollo turístico en la Federación de Bosnia y Herzegovina, para el período 2008-2018.	Crear un marco para el desarrollo de la oferta turística de calidad que aumente la competitividad del turismo	Hay una serie de áreas y segmentos de atracción turística que aún no han sido explorados, protegidos, identificados, preparados, comisionados y promovidos.
Bulgaria	Estrategia Nacional para el Desarrollo del Turismo Sostenible en Bulgaria 2009-2013	Fortalecer la competitividad del sector a través del uso eficiente y la preservación de los recursos naturales y antropológicos de acuerdo con los principios del desarrollo sostenible.	<p>Mejoras de infraestructura a nivel nacional, regional y municipal.</p> <p>Diversificación del producto turístico nacional, promoción de la calidad de los servicios relacionados con el turismo y protección del consumidor"</p>



	<p>Danubio TourNet Promoción de la red transfronteriza para el desarrollo Producto turístico común</p>	<p>Implementación de estándares internacionales, mejores prácticas europeas, innovaciones de productos, alta tecnología y recursos humanos en la industria turística.</p> <p>Preservación, protección y mejora de la calidad de los recursos turísticos actuales.</p>	<p>Medidas de eficiencia energética en la industria turística</p> <p>Sistemas innovadores y eficientes: tecnologías de ahorro de energía, uso de energía renovable.</p> <p>Minimizar el consumo de energía (por ejemplo, sistemas de aire acondicionado y calefacción eficientes)</p>
Chipre	<p>Estrategia Turística Chipriota 2011-2015</p> <p>Trabajo realizado en colaboración con la Travel Foundation y CSTI para apoyar a las comunidades</p> <p>En 2014, el país se convirtió en el primero en el mundo en introducir criterios obligatorios de sostenibilidad para sus hoteles</p>	<p>Minimizar los impactos ambientales, maximizar los beneficios socioeconómicos para las comunidades, al tiempo que se celebra la rica y diversa cultura de la isla</p> <p>Promover iniciativas de inversión</p>	<p>Herramientas para desarrollar el turismo interno y de alto nivel y mejorar la accesibilidad</p> <p>Crear y operar un 'Observatorio de Turismo'</p> <p>Certificación de sostenibilidad de algunos de sus hoteles más grandes</p>
Croacia	<p>Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2021-2027</p>	<p>Estrategia de desarrollo del turismo sostenible hasta 2030 que se desarrollará</p> <p>Se elaborará un calendario para la ejecución de proyectos de importancia estratégica, un plan financiero indicativo que esbozará las condiciones financieras para la ejecución de objetivos y proyectos específicos importantes para el turismo y un marco de</p>	<p>Creación de marcos estratégicos para centrar nuestras actividades en la sostenibilidad y el desarrollo del sector turístico</p>



		seguimiento y evaluación del plan nacional.	
Egipto	<p>Programa de Reforma Turística en Egipto (E-TRP) en 2018 para crear un sector turístico sostenible a través de reformas estructurales para fortalecer la competitividad y la alineación con las normas internacionales</p> <p>Campaña de Eco Egipto para promover los aires protegidos en cooperación con el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Información</p> <p>Primera campaña para promover sus aires protegidos, sensibilizar sobre cuestiones ambientales y la importancia de preservar los recursos naturales.</p> <p>Asociaciones con organizaciones intergubernamentales e internacionales para alinear el trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas</p> <p>PNUD y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial sobre Iniciativas de Turismo Verde</p> <p>Colaboración con el PNUD y el Consejo Nacional de la Mujer para poner en marcha el Programa</p>	<p>Informes legislativos</p> <p>Marketing y promoción</p> <p>Apertura de nuevos horizontes para el ecoturismo sostenible en Egipto</p> <p>Ampliar infraestructura y servicios para visitantes en 13 reservas del país</p> <p>Preservar la biodiversidad de Egipto de una manera que apoye el medio ambiente del país y la economía nacional</p>	<p>Herramientas para integrar a la comunidad local en cooperación con el sector privado y la sociedad civil.</p> <p>Infraestructura y desarrollo turístico</p> <p>Promover el empoderamiento económico de las mujeres</p> <p>Segmento de turismo verde y rural</p> <p>Innovación y digitalización: soluciones innovadoras y digitales para el sector turístico para mejorar su competitividad, incluida la plataforma "Turismo Inteligente en Egipto"</p>



	de Etiquetas para la Igualdad de Género		
<b>España</b>	<p>Soporte para la conversión de destinos maduros: Programa de Planes de Excelencia Turística</p> <p>Modernización completa de destinos turísticos maduros en la costa española</p> <p>Sistema Español de Calidad Turística (SCTE)</p> <p>Uso turístico del patrimonio natural, compatible con su protección y conservación</p>	<p>Agenda Nacional de Turismo 2030: socioeconómica, ambiental y territorial</p> <p>Mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, diferencias en los valores naturales y culturales de los destinos y la distribución equitativa de los beneficios y cargas turísticas.</p> <p>La competitividad del turismo debe reforzarse para generar valor añadido y aumentar la cantidad y la calidad del empleo</p> <p>Preservar los recursos naturales y los paisajes y atraer inversiones para su protección</p>	<p>Innovación en el uso del big data</p> <p>Digitalización de empresas</p> <p>Potenciar los Destinos turísticos inteligentes</p> <p>Reducción de los desequilibrios territoriales, "sobreturismo"</p>
<b>Francia</b>	<p>Consejo Interministerial de Turismo 2017 (TMS)</p>	<p>El patrón del aumento de los flujos turísticos</p> <p>Por lo tanto, la oferta turística de Francia debe estructurarse de manera más eficiente, ya que los mercados objetivo son más conscientes de su diversidad.</p> <p>Desarrollo de plataformas digitales</p>	<p>Modernizar y promover la etiqueta de calidad turística del gobierno (Calidad Turística)</p> <p>Formación y empleo en el sector</p> <p>Apoyo a la digitalización y la información</p> <p>Reducción de los desequilibrios territoriales, "sobreturismo"</p>
<b>Grecia</b>	<p>Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS)</p> <p>Plan Estratégico Nacional de Turismo</p>	<p>Rediseñar el producto turístico y redefinir la marca y las comunicaciones para reflejar el enfoque en la calidad, autenticidad, resiliencia, sostenibilidad y relación calidad-precio.</p> <p>Desarrollar un nuevo plan estratégico para el turismo sostenible</p>	<p>Herramientas para crear empleos de alta calidad, aumentar el gasto de los visitantes, dispersar la demanda, proteger y mejorar los recursos naturales y culturales, y crear impactos positivos en la economía nacional en su conjunto.</p> <p>Segmentos de oportunidad: mar, spa, deportes, turismo</p>



		<p>con un horizonte a largo plazo</p> <p>Congestión causada por el volumen excesivo de turistas, especialmente durante la temporada alta de verano</p>	<p>rural, religioso, incentivos para reuniones, conferencias y eventos (MICE) y turismo de salud como oportunidades clave de crecimiento.</p>
Italia	<p>Plan Estratégico Nacional para el Turismo 2017-2022</p>	<p>El patrimonio cultural y natural debe valorarse mediante prácticas de gestión sostenible y el uso innovador de los bienes.</p> <p>Una promoción bien coordinada (nivel nacional/regional/local) basada en objetivos comunes,</p> <p>Mejora de los productos y marcas locales a través del "posicionamiento de marca" para adaptarse al sistema nacional.</p> <p>Respeto a las comunidades locales y responsabilidad social.</p> <p>Aumento del uso de los aeropuertos locales y otros centros de transporte.</p> <p>Crear valor económico mediante la atracción de eventos.</p> <p>Apoyar la competitividad de la oferta turística a través de la inversión y el desarrollo de productos.</p> <p>Mejora de la calidad del servicio y del producto e identifica segmentos/países con mayor potencial.</p>	<p>Herramientas para la innovación</p> <p>Accesibilidad: incluye acceso cada vez mayor a zonas menos visitadas y permite a todo tipo de visitantes disfrutar del turismo y apreciar plenamente la singularidad de los destinos visitados.</p> <p>Creación de nuevos servicios digitales para el turismo, incluidas las redes Wi-Fi y de banda ancha. En una nueva apuesta por la movilidad turística,</p>
Jordania	<p>Estrategia Nacional 2004-2010 Turismo</p>	<p>Marketing promocional</p> <p>Desarrollo de productos</p>	<p>Marketing digital, herramientas para la información y la comunicación</p>



	Estrategia Nacional de Turismo 2010-2015	Fortalecimiento de los recursos humanos  Proporcionar un marco institucional y reglamentario eficaz  Mejorar y diversificar nuestra gama de productos y desarrollar nuestras capacidades de recursos humanos	Programas de trabajo dirigidos diseñados para crear grandes experiencias para los visitantes mediante la creación de una ventaja competitiva para Jordania.  Herramientas para reducir la estacionalidad tradicional
Líbano	Estrategia de Turismo Rural en el Líbano	Mejorar el sector del turismo rural y su crecimiento económico de forma sostenible  Mejorar la cooperación entre todos los actores, la sociedad privada, pública y civil.  Las comunidades locales (incluidas las autoridades y los municipios) están tomando más posesión de sus propiedades locales, protegiéndolas e invirtiendo en ellas	Herramientas técnicas y financieras  Segmentos y actividades turísticas para preservar el patrimonio natural, cultural e histórico.  Herramientas para desarrollar una estrategia integral de marketing de turismo rural
Libia	Plan de acción centrado en la creación de capacidad institucional para allanar el camino para el desarrollo del turismo sostenible (2013)	Crear puestos de trabajo, diversificar las fuentes nacionales de ingresos de Libia y promover nuestra imagen como destino turístico atractivo en el país y en el extranjero	Herramientas para crear nuevos segmentos turísticos
Marruecos	Visión 2020: La importancia del desarrollo económico y la preservación de los recursos y entornos turísticos  Estrategia centrada en el turismo regional, la calidad y el desarrollo sostenible	Aceleración continua de la revolución digital y nuevos canales de promoción y distribución  Reforma de la legislación turística  Establecer una cultura de calidad en los	Herramientas para mejora de inversiones en instalaciones e infraestructura  Formación en turismo y hostelería  Sistemas para medir la calidad del turismo



		establecimientos turísticos	
Montenegro	<p>Estrategia de desarrollo turístico en Montenegro hasta 2020 (2008)</p> <p>Estrategia Nacional para el Desarrollo Sostenible de Montenegro (2016)</p>	<p>La diversificación inadecuada del producto turístico, en última instancia una estacionalidad y una presencia dominante en las zonas costeras, aumentar las presiones ambientales y contribuir al desarrollo regional desigual</p>	<p>El carácter estacional del turismo y la presencia dominante en la zona costera aumentan las cargas ambientales de esta región. Herramientas para desarrollar el turismo en zonas más allá y corregir este problema.</p> <p>Atraer inversión extranjera y formar una base para un turismo de alta calidad</p> <p>Productos turísticos nuevos para aumentar el impacto positivo en las comunidades locales</p>
Serbia	<p>Estrategia de Desarrollo Turístico para la República de Serbia (2016 - 2025)</p>	<p>Reducción de la estacionalidad</p> <p>Mejorar la calidad de los empleos turísticos</p> <p>Mantener y mejorar la prosperidad y la calidad de vida de las comunidades locales</p> <p>Promover el patrimonio culinario local, la historia y la cultura, la artesanía y el arte popular, pequeños museos y viñedos</p> <p>Mantener y valorar el patrimonio natural y cultural</p>	<p>Promoción, educación, formación y mejora y desarrollo de la cadena de suministro turística</p> <p>Enriquecer la oferta turística con productos y servicios que harán que el turismo en Serbia sea más reconocible y atractivo.</p>
Siria	<p>Estrategia del Departamento 2016-2018</p>	<p>Lograr flujos de capital amistosos y nacionales y fortalecer el papel del sector privado hacia etapas atractivas y atractivas de inversión turística en áreas específicas, y luego crecer aumentando la tasa de turismo para lograr un desarrollo equilibrado y sostenible.</p>	<p>Crear un clima de inversión favorable</p> <p>Promoción</p> <p>Restaurar la confianza de los inversores</p> <p>Reconstrucción del turismo en función de los recursos disponibles</p>



		Desarrollo y promoción de la inversión nacional en industrias tradicionales y manuales	
Túnez	Estrategia turística de Túnez para 2016  NUEVA ESTRATEGIA DE DESARROLLO 2010 - 2016	Mejorar la calidad del turismo  Innovación de productos  Diversificación  Promover el turismo	Mantenimiento/preservación de los recursos naturales, especialmente en la zona costera  Formación en turismo digital  Observatorio de creación de turismo sostenible
Turquía	El undécimo plan de desarrollo actual para 2019-2023	Diversificación del producto de turismo de masas "sol y mar" mediante el desarrollo de experiencias turísticas de nicho de alta calidad que satisfagan las expectativas de los consumidores.	Diversificación e innovación en las actividades turísticas  Turismo cultural, turismo deportivo, MICE/turismo de negocios y sector de salud/bienestar. Nuevos productos turísticos  Ampliar la temporada para beneficiarse de un producto durante todo el año y difundir los beneficios del turismo a nivel regional son otros objetivos importantes.

Fuente: Elaboración propia a través de fuentes nacionales

Teniendo en cuenta la información de la tabla anterior, podemos resaltar las siguientes iniciativas, retos y nichos u oportunidades que más se repiten más entre los países analizados:

**Los países han puesto en marcha planes estratégicos para el turismo sostenible**

La mayoría de los países han desarrollado planes estratégicos para el turismo sostenible o el turismo. Esto demuestra que están sensibilizados con el concepto de la sostenibilidad y su planificación. Pero también hay que tener en cuenta que muchos países tienen planes estratégicos que han expirado o que no se corresponden con un sector tan cambiante como el turismo.

Por otro lado, la mayoría de los países incluyen la sostenibilidad en sus planes, pero no hacen ninguna mención específica de la Agenda 2030 y los Objetivos ODS. Se necesitaría un estudio en profundidad de cada plan estratégico para determinar si realmente están en consonancia con los ODS de Naciones Unidas.

### **Reducir los puntos más congestionados redistribuyendo el turismo hacia zonas menos saturadas**

En cuanto a los desafíos que nos hemos encontrado, en muchos países se prevé la diversificación del turismo, con el objetivo de reducir la carga en las zonas más congestionadas y transferir la actividad a otras zonas menos explotadas contribuyendo al desarrollo económico. También se están elaborando planes de promoción y comercialización para desarrollar nuevas áreas en las que se desarrollen nuevos recursos turísticos. Mejorar la calidad del empleo turístico es también otro desafío comúnmente aceptado.

### **Oportunidades en digitalización, formación y nuevos productos turísticos sostenibles**

Teniendo en cuenta los nichos que han resultado más comunes entre los países, podemos destacar la necesidad de digitalización e innovación para las empresas turísticas, de esta manera serán más eficientes y harán un mejor uso de los recursos locales. Además, algunos países tienen oportunidades para la creación de un observatorio del turismo, ya que todavía no tienen una entidad capaz de sacar conclusiones sobre la evolución del turismo local. También hay oportunidades para el ajuste estacional del turismo, así como la carga turística en las zonas costeras. Además, son importantes las oportunidades existentes en materia de mejora de la formación turística para las empresas, con el objetivo de incrementar la calidad del turismo en subsectores como agencias, restaurantes, hoteles, etc. Por otro lado, también hay oportunidades en el ámbito de los mecanismos para la medición de la calidad de los establecimientos turísticos.

Finalmente, según el informe elaborado por el *Pacto Mundial* y la *Organización Mundial del Turismo*, y basado en un sondeo a empresas del

sector turístico, se identifican los siguientes retos relacionados con la consecución de los ODS:

- **Empleo**, especialmente a la hora de asegurar que las empresas del sector ofrezcan empleo con condiciones decentes y estables a los trabajadores, especialmente a mujeres y personas con discapacidad.
- **Medioambiente**, debido principalmente al impacto que las actividades turísticas causan sobre los ecosistemas, por lo que es necesario fomentar una gestión eficiente de los recursos e impulsar medidas contra el cambio climático.
- La **producción y el consumo responsables**, ya que se refiere a la cadena de suministro de las empresas del sector y como en la promoción de pautas de consumo sostenible entre los turistas.
- Generación de **alianzas y espacios de diálogo** entre todos los actores, empresas, gobiernos, sociedad civil y el sector educativo, con el fin de promover el intercambio de conocimientos y multiplicar el impacto.
- También es importante tener **procesos de transparencia** en las organizaciones del sector, fomentando la elaboración de memorias de sostenibilidad.
- Además, es importante **conservar el destino y promocionar las ciudades sostenibles** e inteligentes, en los que la población local y los turistas se beneficien.
- Finalmente, la promoción de la **gestión sostenible de las cadenas de suministro**, ya que se trata de una cuestión clave para asegurar la sostenibilidad del sector.

### 3.5. Principales resultados del “Sector Alliance Committee” del sector del turismo

#### Resultados del Webinar

El 17 de diciembre de 2020 se organizó el seminario web *“Hacia un plan de acción sobre el turismo sostenible 2020 en el escenario POST-COVID MED”*

en el marco del proyecto EBSOMED, en el cual participaron muchos expertos y representantes de distintas instituciones internacionales, para examinar las soluciones y tendencias actuales en turismo, sostenibilidad y COVID-19 en los países de la región mediterránea. Las principales conclusiones fueron:

#### Mejora de la formación:

- Mejorar la formación y el conocimiento en el turismo, tanto a nivel de empresas como de trabajadores.
- Apoyo a las comunidades locales, formación e inclusión, etc.

#### A nivel de los gobiernos, necesidad de apoyo:

- La pandemia está afectando brutalmente al sector turístico y otros sectores muy relacionados.
- Líneas de financiación específicas para turismo sostenible serían de vital importancia.
- El papel de los gobiernos es imprescindible, para sostener a sus empresas y a sus ciudadanos durante esta crisis.
- Necesidad de herramientas a todos los niveles para sobrevivir en estos momentos y afrontar el futuro.
- Fomento del turismo local durante la crisis.

#### Creación de sinergias para el destino mediterráneo:

- Creación de nuevos productos turísticos y la mejora de los ya existentes a través de la sostenibilidad en todos los niveles.
- Colaboración entre los destinos del mediterráneo.
- Aprovechar esta crisis y transformarla en oportunidad, creación de sinergias entre regiones, una hoja de ruta común para relanzar el sector turístico.
- Implantar sistemas de calidad en el destino Mediterráneo.

## Resultados de la Encuesta:

Por otro lado, se envió una encuesta a los diferentes actores del Mediterráneo y a continuación se recogen los principales resultados y comentarios obtenidos:

Cuando se consultó sobre si a nivel estatal se estaba aplicando alguna iniciativa o política nacional para mitigar las consecuencias del COVID-19 en el sector turístico, la mayoría de las respuestas obtenidas a este respecto fueron afirmativas, 12 respuestas afirmativas. Por otro lado, 4 respuestas indicaron que, en su caso, no existía ninguna iniciativa.

Con respecto a las iniciativas específicas que los participantes podrían destacar y están en proceso de implementación, encontramos las siguientes respuestas:

- Medidas de mejora de la seguridad y calidad en el turismo.
- Medidas para el mantenimiento del empleo en el sector turístico, ayudas financieras.
- Ayudas directas de los gobiernos para empresas turísticas. Exención de impuestos y tasas.
- Ayudas para la promoción de destinos, sobre todo para promover el turismo local.
- Medidas para la mejora de la formación.

Con respecto a las áreas estratégicas en las que cada país trabaja en cuanto a turismo sostenible, las respuestas obtenidas fueron:

Renovable	Gestión del talento	Transformación digital	Turismo lento	Desarrollo de políticas
7	1	9	6	8

Fuente: EBSOMED

Otro:

- Impuesto sobre el turismo sostenible: fondos recaudados para mejorar los impactos ambientales del turismo
- Construcción turística.

Acerca de la cuestión planteada a los participantes sobre la existencia o no de iniciativas locales para la integración de las mujeres, los jóvenes, o para implantar nuevas ideas turísticas en el país, se han obtenido los siguientes comentarios:

- “Sí existen en mi país medidas de apoyo al empleo, emprendimiento e incentivos a la contratación de estos colectivos, así como para el desarrollo de nuevas ideas de proyectos turísticos” - 8 respuestas obtenidas.
- “No existen medidas concretas para estos colectivos, aunque ya existen muchas mujeres empresarias dentro del sector turístico de mi país” - 1 respuesta.

Acerca de la pregunta sobre los beneficios de la posible creación de una marca turística en el Mediterráneo, como, por ejemplo, las marcas de “Caribe” o “Europa”:

Desarrollo económico regional	Homogeneización de los estándares de calidad	Aumento de la cuota de mercado del Mediterráneo en el mercado turístico mundial	Experiencia única en paquetes transfronterizos (cultura, comida, compras, paisajes)	Diferenciación de productos y posicionamiento de marca
13	8	10	10	10

Fuente: EBSOMED

Otro:

- “Creo que el destino MED ya es una marca”
- “Intercambio de turismo cultural”

Continuando con los resultados de los principales retos para lograr el desarrollo del turismo transfronterizo en la región mediterránea:



Restricciones COVID19	Compromiso institucional/voluntad política de tener una marca mediterránea	Falta de liderazgo/comunicación entre las partes interesadas para desarrollar una oferta común	Planes de acción específicos a largo plazo y/o continuidad	Talentos e infraestructuras armonizados	Necesidad de estándares de transformación digital
10	9	11	6	4	6

Fuente: EBSOMED

Otro:

- Cooperación transfronteriza - empresas regionales

Por último, las respuestas obtenidas sobre cómo superar los obstáculos mencionados en la pregunta anterior:

- Cooperación entre países de la región mediterránea.
- Marketing y estrategia de promoción conjunta de la región mediterránea. Marca mediterránea.
- Normalización y homologación de medidas anti COVID.
- Medidas contra la estacionalidad.
- Apoyo y compromiso a nivel institucional.

## 4. Iniciativas e Instituciones Clave de Turismo Sostenible

A nivel internacional, las principales instituciones dedicadas al turismo sostenible, interesantes para las empresas y los destinos turísticos son:

	Organización	Descripción
	Organización Mundial del Turismo de la OMT ( <a href="https://www.unwto.org/es">https://www.unwto.org/es</a> )	La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de promover el turismo responsable, sostenible y universalmente accesible.
	Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo INSTO ( <a href="http://insto.unwto.org/">http://insto.unwto.org/</a> )	El objetivo principal de este observatorio, que está en el marco del TDC, es apoyar la mejora continua de la sostenibilidad y la resiliencia en el sector turístico mediante el seguimiento sistemático de los datos.
	Pacto Mundial de las Naciones Unidas ( <a href="https://www.pactomundial.org/">https://www.pactomundial.org/</a> ) Red Española	El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento para que las empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones con los diez principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Las Naciones Unidas tienen el mandato de promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el sector privado.
	Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible SDSN ( <a href="https://www.unsdsn.org/">https://www.unsdsn.org/</a> )	La Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible (SDSN) de las Naciones Unidas se estableció bajo el mandato del Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon. Su principal objetivo es promover soluciones para el desarrollo sostenible y la implementación de las SDO
	Instituto de Turismo Responsable ( <a href="https://www.responsibletourism.com/">https://www.responsibletourism.com/</a> )	El Instituto de Turismo Responsable (RTI), fundado en 1995, es una ONG internacional sin ánimo de lucro, en forma de asociación. La misión de RTI siempre ha sido promover los principios de la Carta Mundial del Turismo Sostenible, aprobada en la Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible. Desde hace más de 20 años, promueve el turismo responsable a nivel internacional.
	Turismo en la biosfera ( <a href="https://www.biospheretourism.com/es">https://www.biospheretourism.com/es</a> )	La certificación Biosfera la otorga el Instituto de Turismo Responsable (ITR), con el objetivo de impulsar acciones y programas de desarrollo sostenible en destinos y empresas turísticas. La Norma de la Biosfera incluye la contribución a la sostenibilidad de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el turismo, a través de análisis



		de indicadores de la OMT, el Pacto Mundial, los indicadores de la UE y los criterios del Consejo Mundial del Turismo Sostenible. (GSTC).
	Consejo Mundial de Turismo Sostenible ( <a href="https://www.gstcouncil.org/">https://www.gstcouncil.org/</a> )	El GSTC es una organización independiente y neutral, que representa a una membresía diversa y global, incluyendo agencias de las Naciones Unidas, ONG's, gobiernos nacionales y provinciales, principales empresas de viajes, hoteles, operadores turísticos, particulares y comunidades - todos esforzándose por lograr las mejores prácticas en turismo sostenible.
	NECsTour: Regiones Europeas para el Turismo Competitivo y Sostenible ( <a href="https://necstour.eu/">https://necstour.eu/</a> )	NECSTouR se forma como una asociación sin ánimo de lucro y un grupo de destinos que trabajan en la sostenibilidad turística, económica, social y ambiental de las regiones.
	Comisión Europea ( <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en</a> )	La Comisión Europea desarrolla y aplica las políticas de la UE.
	Organización Mundial del Trabajo ( <a href="https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm">https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm</a> )	Un organismo de las Naciones Unidas reúne a representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores. La función principal es establecer normas internacionales, desarrollar políticas y diseñar programas para promover el trabajo decente.
	Naciones Unidas - Departamento de Asuntos Económicos y Sociales Desarrollo Sostenible ( <a href="https://sdgs.un.org/">https://sdgs.un.org/</a> )	Plataforma de las Naciones Unidas para compartir conocimientos y herramientas entre todas las partes interesadas del mundo en relación con los ODS

Fuente: Elaboración propia a partir de la información web de los organismos

A nivel internacional, las principales iniciativas para el turismo sostenible para las pequeñas y medianas empresas y para los destinos turísticos son:



Organización	Iniciativas	Descripción
<p>Organización Mundial del Turismo</p>  <p>UNWTO Organización Mundial del Turismo</p>	<p>Iniciativas sobre temáticas relacionadas, sobre turismo sostenible. <a href="https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/biodiversidad">https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/biodiversidad</a>, <a href="https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/cambio-climatico">https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/cambio-climatico</a>, <a href="https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/iniciativa-mundial-turismo-plasticos">https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/iniciativa-mundial-turismo-plasticos</a></p>	<p>Cuestiones mundiales sobre el plástico, el cambio climático o la conservación de la biodiversidad</p>
	<p>HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES) <a href="https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/hotel-energy-solution">https://www.unwto.org/es/develop-lo-sostenible/hotel-energy-solution</a></p>	<p>Proyecto en colaboración con las Naciones Unidas y las Agencias de Turismo y Energía de la Unión Europea, para proporcionar información, apoyo técnico y formación a las PYME turísticas en el sector del alojamiento sobre eficiencia energética y uso de energías renovables.</p>
	<p>El programa sostenible One Planet <a href="https://www.unwto.org/es/sustainable-development/one-planet">https://www.unwto.org/es/sustainable-development/one-planet</a></p>	<p>El objetivo es mejorar los impactos del desarrollo sostenible del sector turístico para 2030 mediante el desarrollo, la promoción e intensificación de prácticas de consumo y producción sostenibles que estimulen el uso eficiente de los recursos naturales y produzcan menos residuos y los desafíos del cambio climático y la biodiversidad.</p>
	<p>Informes de Turismo Sostenible para el Desarrollo</p>	<p>Preparación de informes a la Asamblea General de las Naciones Unidas en los que se proporcionan actualizaciones sobre las políticas de turismo sostenible de los Estados miembros de la OMT y los Estados Miembros de las Naciones Unidas, así como los organismos y programas pertinentes del sistema de las Naciones Unidas.</p>
	<p>Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo INSTO (<a href="http://insto.unwto.org/">http://insto.unwto.org/</a>)</p>	<p>Establecido en 2004, el objetivo principal de este observatorio es apoyar la mejora continua de la sostenibilidad y la resiliencia en el sector turístico a través del seguimiento sistemático.</p>
<p>Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible</p>	<p>Ciudades sostenibles <a href="https://www.unsdsn.org/cities">https://www.unsdsn.org/cities</a></p>	<p>Esta red temática busca identificar soluciones prácticas para mejorar la gestión urbana, y en realidad está trabajando para apoyar la implementación de los ODS en las ciudades.</p>

<p>SDSN (<a href="https://www.unsdsn.org/">https://www.unsdsn.org/</a>)</p> 	<p>Investigación y estudios sobre temática relacionada con la sostenibilidad <a href="https://www.unsdsn.org/climate-and-energy">https://www.unsdsn.org/climate-and-energy</a> <a href="https://www.unsdsn.org/extractive-and-land-resources">https://www.unsdsn.org/extractive-and-land-resources</a></p>	<p>Investigación y estudios sobre: Buen Gobierno de Recursos Extractivos y Terrestres, Clima y Energía, Salud, Uso de la Tierra y Alimentos</p>
	<p>Financiación SDG <a href="https://www.unsdsn.org/sdgfinancing">https://www.unsdsn.org/sdgfinancing</a></p>	<p>Este proyecto tiene como objetivo evaluar los costos y la financiación para que un país implemente los ODS</p>
	<p>Index ODS et Surveillance <a href="https://www.unsdsn.org/sdg-index-and-monitoring">https://www.unsdsn.org/sdg-index-and-monitoring</a></p>	<p>Este estudio informa de la evolución de la implementación de las ODS país por país.</p>
	<p>Informe TWI2050 <a href="https://www.unsdsn.org/the-world-in-2050">https://www.unsdsn.org/the-world-in-2050</a></p>	<p>Informe TWI2050: Estudio sobre la transformación a la adquisición de la SAO</p>
<p>Pacto Mundial de las Naciones Unidas (<a href="https://www.pactomundial.org/">https://www.pactomundial.org/</a>)</p>  <p><b>Pacto Mundial</b> Red Española</p>	<p>Brújula de los ODS (<a href="https://sdgcompass.org/">https://sdgcompass.org/</a>)</p>	<p>Una guía que proporciona herramientas e información para que las empresas alineen sus estrategias, así como mida y gestione su contribución al logro de los objetivos de desarrollo sostenible.</p>
<p>Instituto de Turismo Responsable</p>  <p><b>RESPONSIBLE TOURISM INSTITUTE</b></p>	<p>Turismo en la biosfera <a href="https://www.biospheretourism.com/es/ayudanos-a-cambiar-el-mundo/79">https://www.biospheretourism.com/es/ayudanos-a-cambiar-el-mundo/79</a></p>	<p>La certificación Biosfera la otorga el Instituto de Turismo Responsable (ITR), con el objetivo de impulsar acciones y programas de desarrollo sostenible en destinos y empresas turísticas. La Norma de la Biosfera incluye la contribución a la sostenibilidad de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el turismo, a través de análisis de indicadores de la OMT, el Pacto Mundial, los indicadores de la UE y los criterios del Consejo Mundial del Turismo Sostenible. (GSTC).</p>
	<p>Proyectos RIT y Proyecto de Colaboración <a href="https://www.responsibletourismintitute.com/es/investigacion-y-desarrollo-de-proyectos/34">https://www.responsibletourismintitute.com/es/investigacion-y-desarrollo-de-proyectos/34</a> <a href="https://www.responsibletourismintitute.com/es/cooperacion-internacional/35">https://www.responsibletourismintitute.com/es/cooperacion-internacional/35</a></p>	<p>Los proyectos planean alcanzar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas a través de destinos, empresas y servicios turísticos. Estudios de colaboración para promover la cooperación, en el marco de la sostenibilidad, para el desarrollo de los destinos, sus industrias turísticas y los ciudadanos</p>

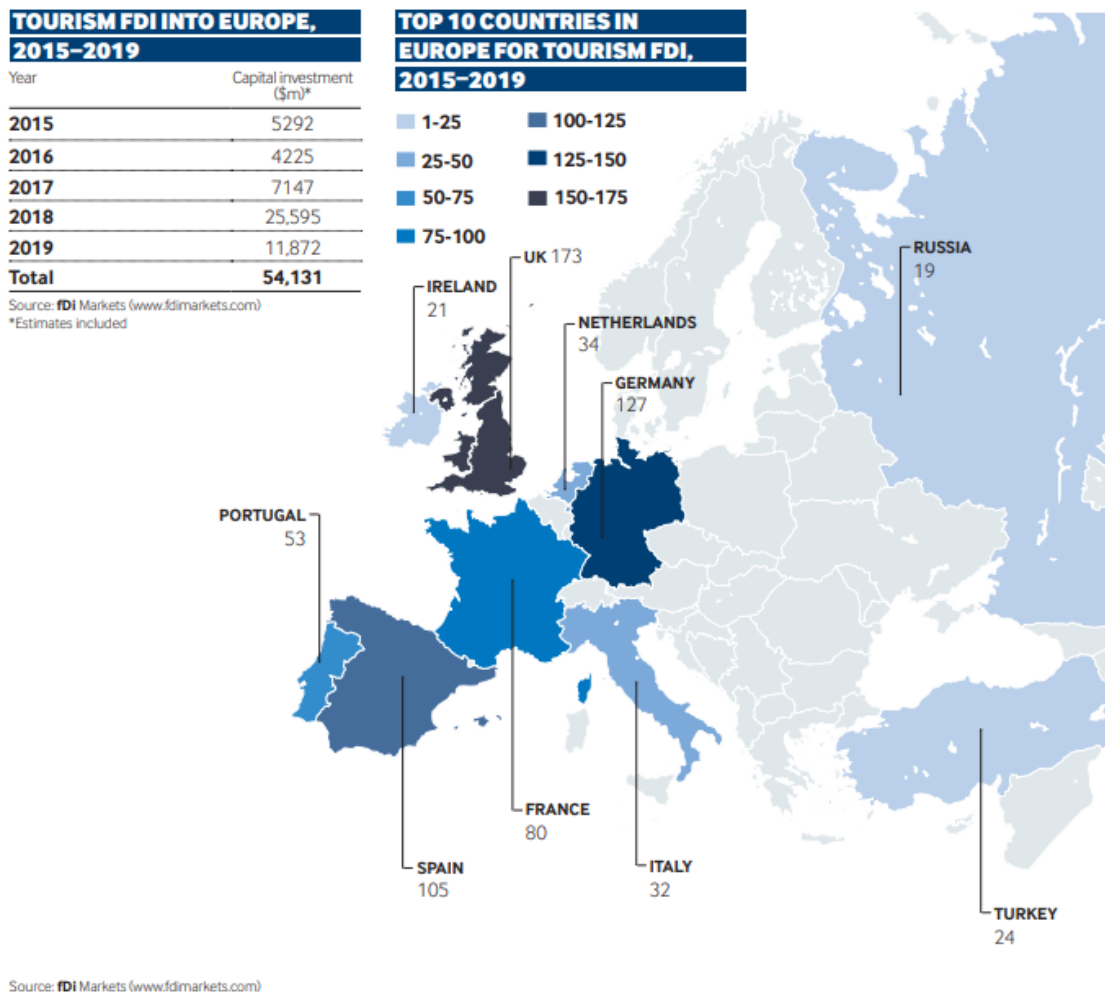
	Formación Biosphere <a href="https://www.biospheretourism.com/es/formacion-biosphere/114">https://www.biospheretourism.com/es/formacion-biosphere/114</a>	Cursos avalados por la experiencia y trayectoria del Instituto de Turismo Responsable.
Consejo Mundial de Turismo Sostenible 	<a href="https://www.gstcouncil.org/">https://www.gstcouncil.org/</a>	El Consejo Mundial de Turismo Sostenible gestiona los Criterios GSTC, estándares mundiales para la sostenibilidad en viajes y turismo; y ofrece la acreditación internacional para Organismos de Certificación de turismo sostenible, que certifican que los hoteles / alojamientos, operadores turísticos y destinos cuentan con políticas y prácticas sostenibles.
Comisión Europea 	EDEN - Destinos europeos de excelencia <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en</a>	EDEN, European Destinations of Excellence, tiene como objetivo promover modelos para el desarrollo del turismo sostenible en la UE. La iniciativa se basa en concursos nacionales y campañas promocionales que dan como resultado la selección y promoción de un "destino de excelencia" turístico para cada país participante.
	Programa COSME para productos turísticos transnacionales sostenibles <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products_en">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/transnational-products_en</a>	El objetivo de esta iniciativa es reforzar la cooperación transnacional en el turismo sostenible en la Unión Europea, fomentar el turismo sostenible para las pequeñas y microempresas y las autoridades locales, e impulsar la competitividad del sector turístico europeo.
	Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para la gestión sostenible de los destinos <a href="https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en">https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en</a>	Para ayudar a los destinos en la gestión del turismo sostenible, la Unión Europea ha implementado el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS).

Fuente: Elaboración propia a partir de la información web de los organismos



## 5. Enfoque en la inversión extranjera directa en el sector turístico en el Mediterráneo

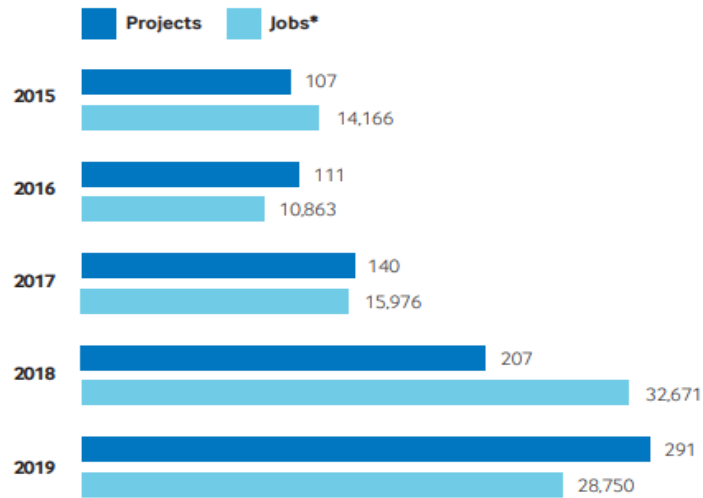
Según se muestra a continuación, los países mediterráneos pertenecientes al continente europeo que reciben más inversión extranjera directa en el sector turístico son los siguientes: España, Francia, Italia y Turquía.



Fuente : OMT



### TOURISM FDI INTO EUROPE, 2015–2019



### TOURISM FDI INTO EUROPE, FIRST HALF OF 2020

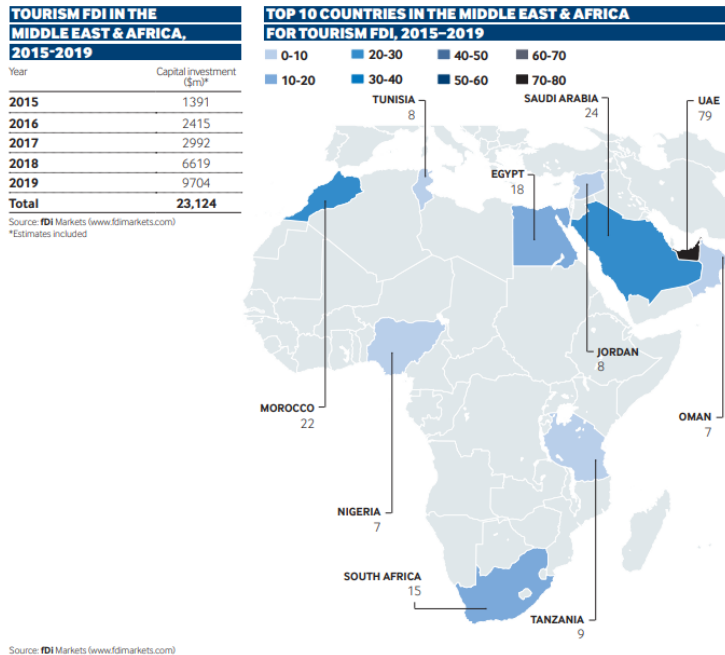
Year	Projects with tourism cluster	Capital investment with the tourism cluster*	Jobs with tourism cluster*
First half of 2020	77	3036	6247

Source: **FDI** ([www.fdimarkets.com](http://www.fdimarkets.com)) \*Includes estimates

Fuente: OMT

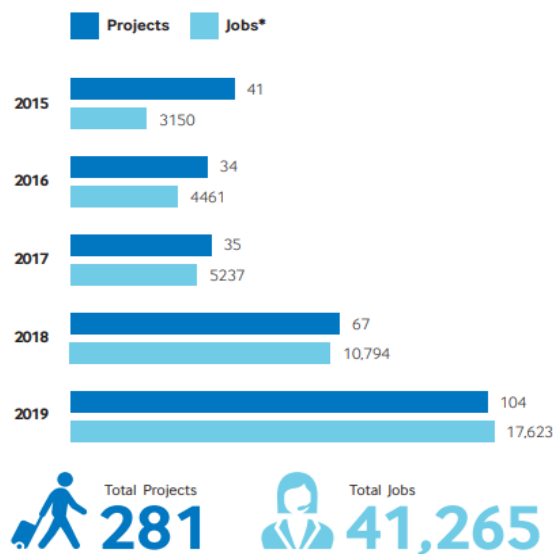
Esta inversión extranjera directa creció significativamente desde 2015 hasta 2019, como se muestra en el gráfico anterior.

En cuanto a los países mediterráneos situados en el continente africano y en el asiático (Oriente Medio), los que presentan una mayor atracción de inversión extranjera directa en el sector turístico son: Marruecos, Túnez, Egipto y Jordania, como se muestra en el gráfico siguiente:



Fuente: OMT

**TOP 10 COUNTRIES IN THE MIDDLE EAST & AFRICA FOR TOURISM FDI, 2015-2019**



**TOURISM FDI IN THE MIDDLE EAST & AFRICA, FIRST HALF OF 2020**

Year	Projects with tourism cluster	Capital investment with the tourism cluster*	Jobs with tourism cluster*
First half of 2020	8	623	942

Source: FDI (www.fdimarkets.com) \*Includes estimates

Fuente: OMT

Las tendencias de inversión en la región han caído ligeramente de 2015 a 2017, pero han crecido fuertemente en los años 2018 y 2019, como se muestra en el gráfico anterior.

## La construcción de infraestructuras turísticas es el mayor sector donde recae la inversión

En general, la mayoría de los proyectos e inversiones generados recaen en el sector de la construcción de infraestructuras (el 57% del total de las inversiones). Estas inversiones suelen ser realizadas por grandes multinacionales, que tienen incorporada, con más facilidad en sus proyectos, la sostenibilidad como factor relevante. También es importante señalar que existen otros sectores como la tecnología, internet y nuevas tecnologías, la gestión de viajes y las reservas, webs, etc. que representan alrededor del 32% de las inversiones realizadas.

## También existen oportunidades de inversión en innovación verde

En lo que respecta a las oportunidades de inversión para la innovación verde en el turismo, según la OCDE se pueden concluir las siguientes oportunidades de inversión:

- Transición a la eficiencia energética: en el sector del alojamiento, hay muchas oportunidades para invertir en eficiencia ecológica, por ejemplo, mejorando los sistemas de refrigeración, televisión y vídeo, aire acondicionado, calefacción y lavandería.
- Gestión del agua: financiación para empresas verdes que implementan programas internos para mejorar la eficiencia del uso del agua por parte del cliente.
- Gestión de residuos: mejorar la gestión de residuos puede aumentar la sostenibilidad del turismo en muchos frentes: promover un uso más eficiente de los recursos, un mayor atractivo de los destinos y la creación de empleo.
- Biodiversidad: la preservación de los ecosistemas está en el corazón del turismo sostenible. Hay oportunidades para que las empresas verdes y los innovadores protejan los recursos naturales y aborden sistemáticamente la cuestión del turismo sostenible.
- Patrimonio cultural: inversiones que mantienen el patrimonio cultural y al mismo tiempo ofrecen oportunidades para preservar, revitalizar o fortalecer las tradiciones, mejorar el turismo y ayudar a difundir los efectos beneficiosos del turismo entre las poblaciones locales.

Por último, y en lo que respecta a la inversión privada, hay que destacar que es necesario una mejor interconexión de los proyectos de inversión turística con los instrumentos de financiación que existen actualmente.



## 6. Últimas tendencias y perfiles del turista responsable

El turismo responsable implica un viajero consciente de su actuación, que quiere disfrutar de su viaje sin dejar una huella negativa. También requiere que las administraciones públicas y empresas de los destinos desarrollen unas prácticas que minimicen los impactos negativos del turismo y maximicen los positivos.

Consejos de la OMT para ser un viajero responsable:

El *Comité Mundial de Ética del Turismo* creado por la *Organización Mundial del Turismo* (OMT), elaboró en el año 2005 un folleto sobre «El turista y viajero responsable», que ha sido revisado y actualizado en los años 2017 y 2020 (esta última revisión a raíz de la crisis sanitaria). En estas revisiones se incluyen consejos para el viajero responsable, así como recomendaciones para garantizar un viaje seguro.

Los consejos que se ofrecen para hacer del turismo una actividad más sostenible abordan los siguientes aspectos:

- Valorar a los anfitriones y el patrimonio común.
- Proteger el planeta.
- Apoyar a la economía local.
- Viajar con seguridad.
- Viajero informado adecuadamente.
- Utilizar racionalmente las plataformas digitales.

Demanda de turismo sostenible al alza:

En cuanto a la demanda de turismo sostenible, cada vez existen más viajeros cuyo interés a la hora de viajar está enfocado en realizar actividades diferentes y acordes con la sostenibilidad del destino elegido.

Por ejemplo, según los últimos datos de turistas llegados a España (ofrecidos por el organismo español *Turespaña*), los viajeros procedentes de los siguientes países muestran un perfil con las siguientes características:

- Viajeros alemanes: Cada vez mayor tendencia hacia la búsqueda de destinos “verdes”, con paisajes bonitos y naturaleza intacta. La sostenibilidad medioambiental de la oferta adquiere cada vez mayor relevancia entre los turistas alemanes a la hora de valorar y elegir un lugar donde pasar las vacaciones.
- Viajeros austriacos: El turismo activo, senderismo, cicloturismo, turismo de golf o el turismo náutico, ganan cuota de forma progresiva.
- Viajeros daneses: Creciente interés por la práctica de deportes y por las actividades en contacto con la naturaleza (golf, cicloturismo y senderismo).
- Viajeros noruegos: La sostenibilidad medioambiental es un factor que cada vez va cobrando mayor importancia a la hora de decidir sus viajes.
- Viajeros suecos: La tendencia más relevante en este mercado es la creciente preocupación por el medioambiente y la sostenibilidad, cuyo impacto se refleja en la estrategia de oferta y comercialización de los principales operadores del mercado.

Por otro lado, según fuentes de Booking.com, una de las Online Travel Agencies más relevantes, se prevé que las nuevas tendencias de los viajeros y de los viajes vengán impulsadas por la tecnología, el creciente sentido de la responsabilidad y una mayor conexión con la gente y los lugares que visitamos.

- Incremento de los viajeros que eligen «destinos secundarios»: El turismo a destinos menos conocidos para tratar de reducir el exceso de turismo y proteger el medioambiente cobrará gran relevancia en los próximos años.
- Esperar (tecnológicamente) lo inesperado: La toma de decisiones de los viajeros vendrá más determinada por la tecnología y sus herramientas.
- Evitar la precipitación y disfrutar del «turismo lento»: Algunos viajeros prefieren medios de transporte que contribuyan a disminuir revoluciones, a llevar a cabo un turismo más relajado, por ejemplo, la bicicleta, el tranvía, el barco, a pie, etc.



Finalmente, según fuentes de Hosteltur y Amadeus, se puede decir que en los próximos años viajaremos con «huellas más pequeñas y corazones más grandes». Los viajeros ya estaban lidiando con el impacto ambiental y social del turismo antes del coronavirus, pero la pausa forzada por su expansión sólo ha dado a la gente más tiempo y espacio para percibir cómo los viajes impactan en el planeta y en las comunidades locales.

## 7. Recomendaciones y conclusiones

### RECOMENDACIONES

Tras el análisis derivado del presente estudio se plantean las siguientes recomendaciones dirigidas al destino Mediterráneo, a los países y/o destinos turísticos y a las empresas.

#### Recomendaciones a nivel Mediterráneo:

- Creación de un *Centro de Turismo Sostenible en el Mediterráneo*, que aglutine acciones encaminadas a convertir la región en Mediterránea en un destino turístico sostenible. Algunas de las funciones de este Centro podrían ser:

- Acciones encaminadas a la consecución y evaluación del cumplimiento de los ODS por parte de los países del mediterráneo.
- Evaluación y control de los impactos negativos del turismo, en los aspectos económicos, medioambientales y sociales, derivados del posible exceso de turismo en determinados países o regiones, o en determinados momentos del año, de manera que se genere un crecimiento sostenible integral, tanto para la industria como para el entorno.
- Acciones de formación y asesoramiento a países, destinos turísticos y empresas en materia de sostenibilidad y los ODS.
- Desarrollo de acciones de promoción conjuntas.
- Desarrollo e intercambio de buenas prácticas en materia de ODS, etc.

- Creación de una *Marca mediterránea* que fomente la colaboración, promoción conjunta y homogeneización de la calidad y sostenibilidad de los países de la región mediterránea.

- Fomento de la conectividad aérea entre los destinos del Mediterráneo que facilite la creación de productos turísticos conjunto y el intercambio de turistas entre los destinos. En este sentido, estudiar la idoneidad de la firma de convenios de “Cielos Abiertos”, que facilite el aumento de vuelos, más conexiones y precios más competitivos.

- Centralizar y comunicar las restricciones de viaje de los países del Mediterráneo, de manera que se facilite e incentive los viajes internacionales a la región.
- Centrar la **atracción de turismo de calidad**, que implique largas estancias y un mayor gasto diario por turista, y la atracción del turista responsable.
- Solicitar a *Sustainable Development Solutions Network SDSN* realizar un estudio sobre los países del Mediterráneo / sobre el cumplimiento y evolución de los ODS.
- Estudio de las **necesidades de financiación** para la implantación de los ODS y herramientas de financiación, ofrecido por *Sustainable Development Solutions Network SDSN*.
- **Solicitud de proyectos internacionales y de cooperación** que ayuden a fomentar la implantación de los ODS en los Países Mediterráneos, como Unión Europea, Banco Mundial, etc.
- Organización de proyectos como el proyecto European Destinations of Excellence EDEN, que destaque los principales destinos sostenibles del Mediterráneo

#### Recomendaciones a nivel de destinos turísticos (país o región):

- Implantación de **planes estratégicos sostenibles de turismo reales y actuales**, que impliquen el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, sus metas, y los indicadores para poder analizar y evaluar la implementación.
- Promover la creación de **nuevos productos turísticos sostenibles** que hagan partícipe a sectores tradicionales, que integren y empleen a las personas de las comunidades locales y a su vez sirva para descongestionar focos turísticos saturados y llevarlos a otras zonas.

- Implantación de sistemas de certificación de sostenibilidad con el objetivo de impulsar acciones y programas de desarrollo sostenible en destinos y empresas turísticas.
- Estudio de las necesidades de financiación para la implantación de los ODS y herramientas de financiación, programa dirigido a los países, y ofrecido por *Sustainable Development Solutions Network SDSN*.
- Desarrollar vías de colaboración entre los países y regiones del Mediterráneo que mejore la implantación de los ODS a nivel de la región.
- Aplicación a programas desarrollados por organismos internacionales como la *Organización Mundial del Turismo OMT* dirigidos a la mejora de la biodiversidad, el cambio climático, los plásticos o mejora energética, *One Planet Sustainable Program*, así como los programas de *Sustainable Development Solutions Network SDSN* o el *Responsible Tourism Institute*.
- Puesta en marcha de programas que fomenten el cumplimiento de los ODS y de la Agenda 2030 por parte de destinos, empresas y agentes del turismo.
- Solicitud del programa *Ciudades Sostenibles* de *Sustainable Development Solutions Network SDSN* que busca identificar soluciones prácticas para mejorar la gestión urbana.
- Solicitud de proyectos internacionales que ayuden a fomentar la implantación de los ODS en los mercados mediterráneos, como en la Unión Europea, o el Banco Mundial, etc.
- Colaboración con redes como la de *NECsTour*, que reúne destinos que trabajan el turismo sostenible.
- Apoyo en herramientas como el *SDG Compass*, desarrollada por el Pacto Global de Naciones Unidas, GRI y WBCSD que ayuda a las empresas a identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios según su núcleo de negocio, que busca facilitar a las empresas su transición a los ODS.
- Apoyo en la base de datos de buenas prácticas en los ODS publicada por el Departamento de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

- Fomentar la digitalización, la formación y la creación de nuevos productos turísticos sostenibles para las empresas turísticas.

#### Recomendaciones a nivel empresa:

- Implantación de planes empresariales que impliquen el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, sus metas, e indicadores para poder analizar y evaluar la implementación.
- Apoyo en herramientas como el *SDG Compass*, desarrollada por el Pacto Global de Naciones Unidas, GRI y WBCSD que ayuda a las empresas a identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios según su núcleo de negocio, que busca facilitar a las empresas su transición a los ODS.
- Implantación de sistemas de certificación de sostenibilidad con el objetivo de impulsar acciones y programas de desarrollo sostenible en destinos y empresas turísticas.
- Aplicación a programas desarrollados por organismos internacionales como la OMT dirigidos a la mejora de la biodiversidad, el cambio climático, los plásticos o mejora energética, *One Planet Sustainable Program*, así como al *Sustainable Development Solutions Network SDSN* o *Responsible Tourism Institute*.
- Inversión en herramientas de digitalización para la mejora de la gestión de la empresa.

## CONCLUSIÓN

El turismo, dinamizador y locomotora de otras actividades y sectores, es un sector muy relevante en las economías de los países del Mediterráneo, especialmente en los países del Sur, que aporta grandes oportunidades de progreso a los destinos **pero que también conlleva una serie de riesgos** derivados principalmente de la masificación, la concentración geográfica, la estacionalidad y de la no gestión de la sostenibilidad.

Pese a las importantes consecuencias que la **pandemia provocada por el COVID-19 está generando en el sector turístico**, en los destinos y en las empresas, **sigue existiendo un gran interés de los turistas por viajar**, y se espera que, con la una superación gradual de la pandemia, los efectos positivos de la vacuna, una mayor confianza de los turistas y el descenso de las restricciones, el turismo internacional se reactive. Si bien es cierto esto, también lo es el hecho de que, según los expertos de la Organización Mundial del Turismo, **se alcanzarían los 1.459 millones de turistas internacionales de 2019, entre final del 2023 y final del 2024.**

Como se ha visto a lo largo del estudio, el crecimiento ininterrumpido de la importancia del sector turístico en las economías del Mediterráneo, la importancia que el sector representa en la mayoría de las economías del Mediterráneo, así como la necesidad de superar las crisis, como la derivada por la pandemia del COVID-19, refuerzan la **obligación de los destinos de implantar sistemas de gestión sostenibles**. De hecho, los principales organismos internacionales identifican el Turismo Sostenible, como la principal vía de superación de la crisis derivada por el COVID-19 y como posibilidad de viabilidad del sector a largo plazo.

En este sentido, los distintos organismos de los países del Mediterráneo que gestionan el Turismo comienzan a **incluir la Sostenibilidad dentro de los planes estratégicos** del desarrollo turístico. Pero se hace necesario asegurar, expresamente, que, en los planes de desarrollo de los países, destinos, empresas y distintos agentes relacionados con el sector, **se definan los Objetivos de Desarrollo Sostenibles y se establezcan indicadores y metas relacionados con los mismos**, con el fin de asegurar



el cumplimiento y seguimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Los países y destinos deben centrar los esfuerzos en minimizar los efectos negativos de la actividad turística, económicos, medioambientales y sociales y evitar la concentración geográfica, la estacionalidad y de la no gestión de la sostenibilidad.

De hecho, los países del Mediterráneo identifican como **principales desafíos la diversificación del turismo**, que colabora en la reducción de la carga en las zonas más congestionadas, el **desarrollo de nuevos recursos turísticos**, así como la mejora de la **calidad del empleo** turístico. Además, identifican nuevas **oportunidades en digitalización, formación y nuevos productos turísticos sostenibles**

Los destinos deberían trabajar en **potenciar aquellos segmentos más relevantes en el Mediterráneo**, que potencien la creación de productos conjuntos, como cultura / patrimonio, gastronomía, cruceros / náutico, y, además, trabajar **especialmente los segmentos que contribuyen a la creación de mayor sostenibilidad de un destino**, como son el turismo rural, que respeta el medio ambiente y contribuye al desarrollo y prosperidad de las comunidades locales, el turismo de aventura y el deportivo.

Como se ha observado, independientemente del interés de los distintos países de incluir la Sostenibilidad en los Planes estratégicos del Sector turístico, la realidad indica que **el cumplimiento de los ODS por parte de los distintos países que conforman la región Mediterránea es aún muy desigual**. Este hecho podría convertirse en un desafío para el Destino Mediterráneo que requiere, para dar una imagen conjunta de sostenibilidad y calidad, nivelar los estándares de cumplimiento de los ODS de los distintos países. Para ello deberán aprovechar las iniciativas que los países, destinos turísticos, y empresas tienen a su disposición para fomentar la planificación y gestión sostenible.

Por otro lado, si realmente se apuesta por un **destino conjunto del Mediterráneo**, la implicación de los destinos turísticos en la gestión del turismo sostenible no debiera ser ejecutada de manera individual y

descoordinada, sino que se hace necesario que se trabaje de manera conjunta la sostenibilidad en la región.

Finalmente, se hace necesario resaltar el incremento de la demanda de los **turistas responsables**, que buscan destinos que impliquen una gestión sostenible, puede ser una **oportunidad para aquellos destinos que realmente apuesten por la sostenibilidad**. Los destinos turísticos que no sean sostenibles van a perder un importante segmento de demanda, que está en crecimiento y que está más implicado con las medias sostenibles.

Con el fin de hacer más sostenibles los destinos turísticos del Mediterráneo, se debe priorizar el menor impacto de la actividad turística, **anteponiendo la calidad del turismo frente a la cantidad**, centrando los esfuerzos en atraer un turismo con mayor estancia media en el destino, con un mayor gasto medio y fomentar la atracción del turista responsable, más concienciado con la sostenibilidad.

La creación de un Centro de Turismo Sostenible en el Mediterráneo que, entre otros, tendría como objetivos poner en marcha actuaciones para hacer de la región mediterránea un destino turístico sostenible, promover la conectividad aérea en el Mediterráneo, generar una Marca Mediterránea y trabajar para la atracción de un turismo responsable, sería una línea importante a trabajar.

Todas estas cuestiones analizadas hacen que el planteamiento de los destinos turísticos del Mediterráneo de aportar por una **gestión sostenible, integral y coordinada no sea una opción sino una obligación**, con el fin de hacer del Mediterráneo un Destino Sostenible y competitivo.



## 8. Bibliografía

- Organización de Turismo Web OMT (<https://www.unwto.org/es>)
  - o <https://www.unwto.org/green-investments-for-sustainable-tourism>
  - o <https://www.unwto.org/investment/tourism-investment-report-2020>
  - o <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-09/FDI-Tourism-Report-2020.pdf>
  - o Barómetro Mundial del Turismo. Volumen 18- número 7- diciembre 2020 – Organización Mundial del Turismo OMT
  - o Covid-19 y Turismo. 2020: Un año en curso – Organización Mundial del Turismo OMT
  - o Covid - 19 Restricciones de viaje relacionadas una revisión mundial para el turismo - Octavo informe al 2 de diciembre de 2020 - Organización Mundial del Turismo OMT
  - o Panel de turismo de la OMT <https://www.unwto.org/es/unwto-tourism-dashboard>
  - o Organización Mundial del Turismo (1995), Carta de Turismo Sostenible, Declaraciones de la OMT, Volumen 5, Número 4, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.1995.05.04>.
  - o <https://www.unwto.org/world-committee-tourism-ethics>
- “El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible” – Organización Mundial del Turismo y Pacto Mundial Red Española
- Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A., 2019. “GUIA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030”, REDS, Madrid.
- Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G., Woelm, F. 2020. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y COVID-19. Informe sobre Desarrollo Sostenible 2020. Cambridge: Cambridge University Press.
- Reconstrucción del turismo para el futuro: respuestas políticas y recuperación COVID-19 – OCDE
- Informe de política: COVID-19 y transformación del turismo – Naciones Unidas
- Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la Organización Mundial del Turismo INSTO (<http://insto.unwto.org/>)
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (<https://www.pactomundial.org/>)
- Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible SDSN (<https://www.unsdsn.org/>)
- Instituto de Turismo Responsable (<https://www.responsibletourisminstitute.com/>)
- Turismo en la biosfera (<https://www.biospheretourism.com/es>)
- Consejo Mundial de Turismo Sostenible (<https://www.gstcouncil.org/>)
- NECsTour: Regiones Europeas para el Turismo Competitivo y Sostenible (<https://necstour.eu/>)



- Comisión Europea([https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en))
- Organización Mundial del Trabajo([https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm))
- Brújula de los ODS (<https://sdgcompass.org/>)
- Naciones Unidas - Departamento de Asuntos Económicos y Sociales Desarrollo Sostenible (<https://sdgs.un.org/>)
- Programa EBSOMED(<http://ebsomed.eu/>)
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database> EUROSTAT
- EDEN (Destinos Europeos de Excelencia) [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en)
- VISIT ALBANIA <http://albania.al/>
- TOURISM ALGERIA <http://www.algeria-tourism.org/>
- DESCUBRE BOSNIA [la https://www.discoverbosnia.com/things-to-do](https://www.discoverbosnia.com/things-to-do)
- DESCUBRE BULGARIA <https://bulgariatravel.org/en/>
- DESCUBRE CHIPRE [la https://www.visitcyprus.com/index.php/en/](https://www.visitcyprus.com/index.php/en/)
- CROATIA TOURISM <https://croatia.hr/en-GB>
- <http://egypt.travel/> AUTORIDAD DE TURISMO EGIPCIO
- VISITA ESPAÑA <https://www.spain.info/es/>
- EXPLORE FRANCIA <https://www.france.fr/en>
- VISITA GRECIA <http://www.visitgreece.gr/>
- VISITA JORDANIA <http://www.visitjordan.com/>
- VISITA LÍBANO <https://www.visit-lebanon.org/leisure/>
- VISITA MOROCCO <https://www.visitmorocco.com/en>
- VISITA MONTENEGRO <https://www.visit-montenegro.com/>
- VISITA SERBIA <http://www.serbia.com/visit-serbia/>
- VISITA SIRIA <http://www.syriatourism.org/en/>
- DESCUBRE TUNISIA <https://www.discovertunisia.com/en/>
- <https://www.goturkey.com/> GO TURKEY
- [https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020\\_6b47b985-en](https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020_6b47b985-en) I-LIBRARY de la OCDE
- ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO ALBANIA <https://turizmi.gov.al/wp-content/uploads/2019/12/National-Tourism-Strategy-2019-2023-EN.pdf>
- MINISTERE TURISMO DE LA ARTESANAT DE TRABAJO FAMILIAR ALGERIE <https://www.mtatf.gov.dz/>
- <https://www.mtatf.gov.dz/wp-content/uploads/2020/09/GUIDE-FR.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO BOSNIA-HERZEGOVINA <https://www.fmoit.gov.ba/bs/turizam/turizam-u-fbih>
- GOBIERNO DE TOURISM BULGARIA <https://www.tourism.government.bg/en/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika/european-union-strategy-danube-region>
- [HTTP://WWW.DANUBETOURNET.EU/INDEX.PHP](http://www.DANUBETOURNET.EU/INDEX.PHP)
- MINISTERIO TURISMO ESPAÑA [www.turismo.gob.es](http://www.turismo.gob.es) <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>

- VICE MINISTRY DE TOURISM CYPRUS  
<http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/All/A5629D6E93C25C23C225849E00411A54?OpenDocument>  
[http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/all/F3B1149E603F7854C225849E0041A969/\\$file/Executive\\_Summary\\_Tourism\\_Strategy\\_2011\\_2015.pdf?open=element](http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/all/F3B1149E603F7854C225849E0041A969/$file/Executive_Summary_Tourism_Strategy_2011_2015.pdf?open=element)
- CROACIA  
<https://mint.gov.hr/>  
<https://mint.gov.hr/news-11455/sustainable-tourism-development-strategy-until-2030-to-be-drawn-up/22090>  
<https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/strategija-razvoja-odrzivog-turizma-do-2030-godine/11411>
- EGIPTO  
<https://dailynewseggypt.com/2020/09/26/egypt-launches-first-sustainable-tourism-campaign-at-protected-areas/>  
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/74345b15-en/index.html?itemId=/content/component/74345b15-en>
- ESPAÑA  
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en>
- ITALIA  
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/3d4192c2-en/index.html?itemId=/content/component/3d4192c2-en>
- MARRUECOS  
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/409d3fd2-en/index.html?itemId=/content/component/409d3fd2-en>
- MINISTERIO DE TURISMO DE JORDANIA  
[https://www.mota.gov.jo/contents/Projects\\_\\_Initiatives.aspx](https://www.mota.gov.jo/contents/Projects__Initiatives.aspx)  
[https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS\\_EN.pdf](https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS_EN.pdf)  
[https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS\\_2011-2015\\_English.pdf](https://www.mota.gov.jo/Documents/NTS_2011-2015_English.pdf)
- LÍBANO  
<http://mot.gov.lb/contact>  
[http://mot.gov.lb/Content/uploads/Publication/150225013030192-Rural%20Tourism%20Strategy\\_English.pdf](http://mot.gov.lb/Content/uploads/Publication/150225013030192-Rural%20Tourism%20Strategy_English.pdf)
- LIBIA



<https://www.unwto.org/archive/middle-east/press-release/2013-06-13/libya-counts-tourism-help-rebuild-country>

- MONTENEGRO <https://mrt.gov.me/en/library/strategije>
- <HTTP://WWW.SYRIATOURISM.ORG/EN/PAGE12724/THE-MINISTRYS-STRATEGY-DE-SYRIA>
- <https://www.oecd.org/cfe/leed/46761318.pdf> TUNISIA

-TURESPAÑA:

<https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/Paginas/FichaCoyuntura.aspx>

- Booking.com: <http://TravelPredictions2020.com>

- Hosteltur:

[https://www.hosteltur.com/122702\\_perfil-ecoturista.html](https://www.hosteltur.com/122702_perfil-ecoturista.html)

[https://www.hosteltur.com/141582\\_seis-tendencias-que-marcaran-el-regreso-de-los-viajes-en-2021-segun-amadeus.html](https://www.hosteltur.com/141582_seis-tendencias-que-marcaran-el-regreso-de-los-viajes-en-2021-segun-amadeus.html)

# Sector Strategic Paper: Plan de Acción sobre Turismo Sostenible en el Mediterráneo, en el escenario Post COVID-19

Elaborado por:

ASCAME

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de  
Málaga

Con la participación de:

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de  
Barcelona (logo)

CCIS – Cámara de Comercio e Industria de Sfax (logo)

Cámara de Comercio e Industria de la Región Fès-Meknès (logo)

CCIBML – Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Beirut y  
Monte Líbano (logo)

Un agradecimiento especial:

A todas las instituciones que contribuyeron a la elaboración de este documento estratégico mediante su participación en webinar del Comité de la Alianza Sectorial sobre Turismo Sostenible,  
Diciembre de 2020

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de  
Barcelona

CCIBML – Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Beirut y  
Monte Líbano

GSTC – Consejo Mundial de Turismo Sostenible

JITOA – Asociación de Operadores de Turismo Inbound de Jordania

IHRA – Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes

WWF Mediterráneo Norte de África

CRPM – Conferencia de Regiones Periféricas y Marítimas

CCI – Cámara de Comercio e Industria de Orán

En el marco del Proyecto EBSOMED



# Sector Strategic Paper

## Industry outlook:

### Plan de Acción sobre Turismo Sostenible en el Mediterráneo, escenario Post COVID-19

este documento está elaborado por



ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE  
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY  
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط



Con la participación de



**Cambra Barcelona**  
'doing business'



CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE DE SFAX



غرفة التجارة والصناعة والخدمات  
بمنطقة المكنة  
CHAMBRE DE COMMERCE  
D'INDUSTRIE ET DE SERVICES  
RÉGIONS - MÈKRES



غرفة التجارة والصناعة والزراعة  
Chamber of Commerce Industry  
and Agriculture  
في بيروت وجبل لبنان

## En el marco del proyecto EBSOMED



Project funded by the  
**EUROPEAN UNION**

The EBSOMED project is led by BUSINESSMED within a consortium of six partners.

### BUSINESSMED

Union of Mediterranean Confederations of Enterprises



**ANIMA**  
INVESTMENT NETWORK



**EUROCHAMBRES**



ASSOCIATION DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LA MEDITERRANEE  
ASSOCIATION OF THE MEDITERRANEAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY  
جمعية غرف التجارة والصناعة للبحر الأبيض المتوسط



Deutsch-Arabische  
Industrie- und Handelskammer  
German-Arab  
Chamber of Industry and Commerce  
الغرفة الألمانية العربية للصناعة والتجارة