

Presentación

Roberto García Torrente

Director General de Sostenibilidad, Grupo Cooperativo Cajamar

La colección *Mediterráneo Económico*, impulsada por Cajamar, nació con el propósito de aportar análisis rigurosos y reflexiones plurales sobre los grandes desafíos económicos y sociales que afronta nuestro país y, de manera particular, el arco mediterráneo. A lo largo de sus diferentes números, esta iniciativa ha puesto el acento en temáticas estratégicas, abordadas siempre con la mirada transversal de la sostenibilidad. Sostenibilidad como un principio rector que define la competitividad, la resiliencia y la equidad de nuestras economías.

En este cuadragésimo número, la atención se centra en un sector estratégico, puntal de nuestra economía: el turismo. Pocos ámbitos productivos resumen tan bien las fortalezas, pero a la vez los retos y desafíos de la economía española. El turismo es motor de crecimiento y empleo, fuente esencial de divisas y una de las principales palancas de internacionalización del país. Lo ha venido siendo desde mediados del siglo pasado y, pese a las cifras alcanzadas, sigue creciendo año a año en este siglo.

En 2024, España recibió casi 94 millones de turistas internacionales, lo que la situó como el segundo destino más visitado del mundo, solo por detrás de Francia, pero superando muy ampliamente a Francia en términos de número de pernoctaciones o de ingresos generados por el sector. Ese mismo año, la actividad turística representó cerca del 13 % del PIB nacional y generó más de 2,9 millones de puestos de trabajo. Estos datos confirman

su carácter estratégico, pero también nos obligan a interrogarnos sobre las perspectivas a medio y largo plazo del sector, es decir, sobre su sostenibilidad.

La sostenibilidad del modelo turístico es un concepto dinámico y difícil de alcanzar de forma plena. España ha conseguido hitos significativos en su camino hacia un modelo turístico más sostenible, impulsando iniciativas como los Destinos Turísticos Inteligentes, el fomento de la desestacionalización y la diversificación territorial, así como la incorporación de criterios ambientales, sociales y de gobernanza en sus planes estratégicos. Asimismo, el turismo español ha demostrado una notable resiliencia ante crisis profundas, como la financiera de 2008 o la pandemia de la covid-19.

No obstante, es evidente que el sector convive con tensiones estructurales: elevado peso del «sol y playa», estacionalidad, concentración de flujos en pocos territorios e incluso en localizaciones concretas de los mismos, vulnerabilidad ante cambios en la demanda internacional, precariedad laboral o, cada vez más, exposición a los impactos del cambio climático.

En este contexto, desde Cajamar consideramos necesario contribuir a la reflexión sobre cómo avanzar hacia un modelo turístico renovado, que haga de la sostenibilidad no ya un añadido, sino un eje central de la estrategia. Desde el punto de vista económico, supone consolidar un modelo más competitivo, capaz de resistir crisis externas y menos dependiente de factores coyunturales. Desde la perspectiva ambiental, requiere enfrentar los riesgos derivados del cambio climático que amenazan con convertir una ventaja estratégica (nuestro clima) en una debilidad permanente, así como avanzar hacia prácticas que no solo minimicen impactos, sino que contribuyan activamente a mejorar el estado de los territorios donde se desarrolla la actividad turística. El plano social requiere situar a las personas en el centro: trabajadores, comunidades receptoras y visitantes. Finalmente, desde el ángulo de la gobernanza, implica mecanismos de cooperación entre administraciones públicas, empresas, ciudadanía y turistas.

Actuar sobre todas estas dimensiones, teniendo en mente el largo plazo, pero siendo conscientes de la posición de partida y de la relevancia de la situación actual del sector para el desempeño económico del país requiere una visión y planificación estratégica a la que este número desea contribuir. La transición hacia un turismo más sostenible no puede entenderse como un conjunto de medidas aisladas, sino como una transformación sistémica que afecta a toda la cadena de valor. Significa también incorporar de forma decidida la innovación tecnológica para mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, anticipar tendencias de la demanda y personalizar las experiencias, al tiempo que se reduce la presión ambiental sobre los territorios.

No es una transición sencilla ni inmediata, pero es una oportunidad. España es un líder turístico internacional que concentra el 8,5 % del gasto turístico global y tiene la capacidad de liderar un modelo global que supere las limitaciones del desarrollo turístico convencional. Un modelo turístico innovador, inclusivo y responsable, que combine prosperidad económica con equidad social y preservación del patrimonio natural y cultural. Un modelo que asegure el mantenimiento de su contribución a nuestra economía y nuestra sociedad en el medio y el largo plazo.

Con este nuevo número de *Mediterráneo Económico*, Cajamar reafirma su compromiso con la sostenibilidad como eje estratégico del desarrollo económico. El turismo, por su carácter transversal y su impacto en múltiples sectores, es un terreno especialmente fértil para demostrar que la competitividad futura pasa por integrar la sostenibilidad en el centro de las decisiones.

Para explorar soluciones a una situación compleja, y llena de oportunidades, tenemos la suerte de contar con un numeroso grupo de expertos académicos y profesionales que abordan, cada uno desde su respectiva área de especialización, el análisis y la generación de propuestas que pueden contribuir a fortalecer el modelo turístico español.

En este número hemos contado con los profesores de la Universidad de Almería, Juan Carlos Pérez-Mesa y Jerónimo de Burgos Jiménez, como coordinadores de la obra, los cuales se han rodeado de un grupo de 26 expertos en ámbitos tan diversos como la economía del turismo, el medio ambiente, la comunicación, los aspectos sociales, el papel de las administraciones públicas y la tecnología. A todos ellos queremos expresarles nuestro más sincero agradecimiento por haber hecho posible esta obra. Y porque nos dan suficientes elementos de debate para que, entre todos, consolidemos la sostenibilidad de nuestro turismo.