

LIBRO RESUMEN SUN&BLUE



Edición 2024

# Libro Azul

**sun&blue.**  
Blue Tourism  
Innovation Congress

Join the  
**BLUE**

**be on.**  
WORLDWIDE





Edición 2024

# Libro Azul





---

El Turismo Azul no es una  
opción, es el camino hacia  
un futuro sostenible

---

**Título de la publicación**

Libro Azul. Informe resumen  
Sun&Blue Congress 2024,  
Congreso Internacional de  
Turismo y Economía Azul.

**Editor**

beon. Worldwide

**Diseño y producción**

beon. Worldwide

**Fotografía**

beon. Worldwide

**Datos de Publicación**

2025. España

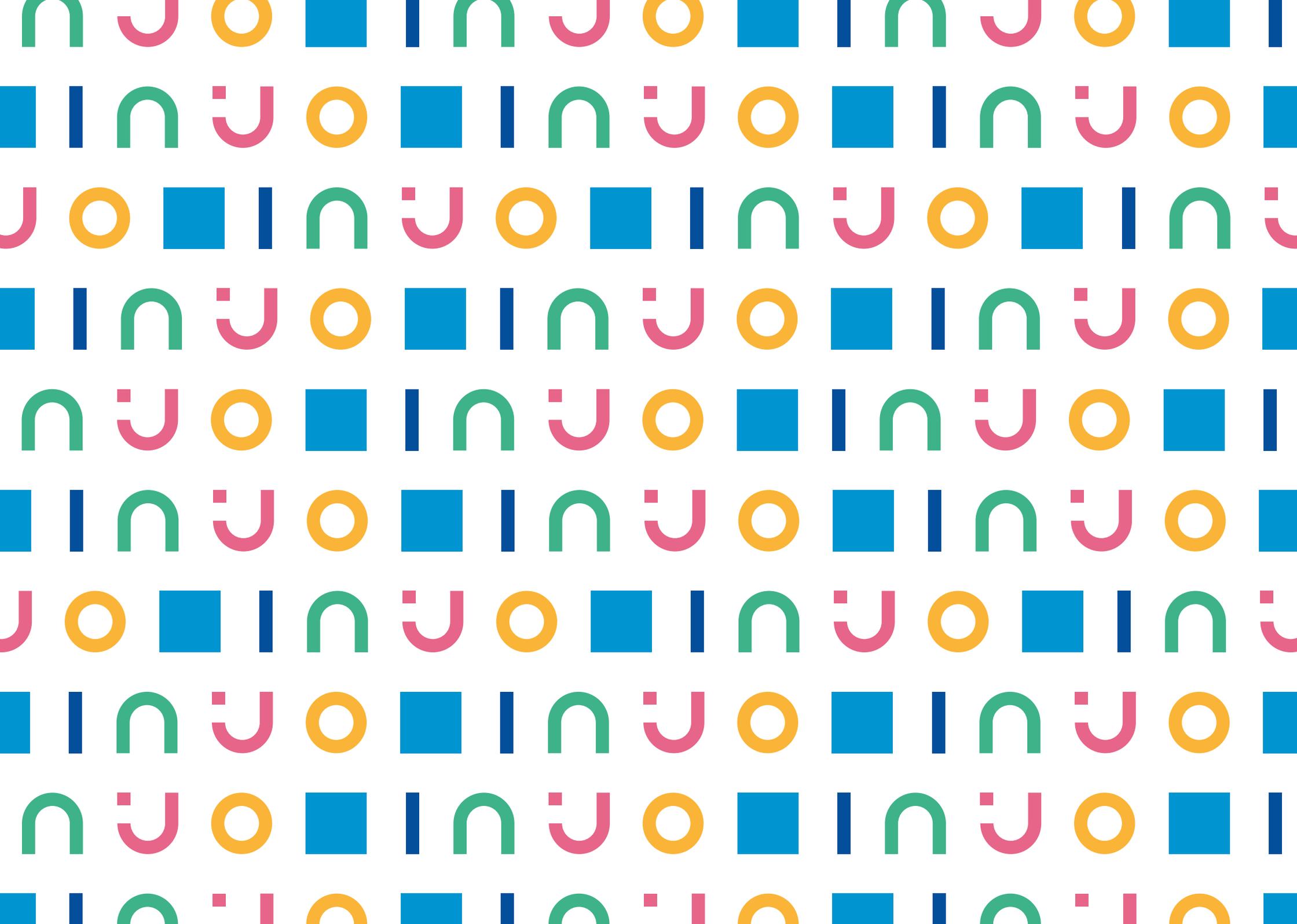
**Nota editorial**

Nos complace presentar esta publicación, que recoge un resumen de las sesiones celebradas durante la segunda edición de *Sun&Blue Congress*, Congreso Internacional de Turismo y Economía Azul, llevada a cabo del 20 al 22 de noviembre de 2024 en el Palacio de Exposiciones y Congresos Cabo de Gata - Ciudad de Almería. Este evento ha sido un espacio clave para el intercambio de ideas, investigaciones y experiencias relacionadas con las siguientes verticales: Energía, islas y territorios, tecnología, financiación, costas y playas, hospitality, puertos e industria marítima, cultura y gastronomía, y deportes.

En estas páginas, se ofrece un compendio de los puntos más destacados de las ponencias y mesas redondas celebradas a lo largo del congreso. Los resúmenes y conclusiones incluidas han sido elaborados y revisados por el equipo editorial, con el objetivo de garantizar una visión fiel y accesible de los contenidos tratados.

Agradecemos la participación de los ponentes, moderadores y asistentes, cuyo compromiso y entusiasmo hicieron posible el éxito de esta edición. También extendemos nuestro reconocimiento a las instituciones y empresas patrocinadoras, cuya colaboración y apoyo han sido fundamentales para la realización de *Sun&Blue Congress 2024*.

Esperamos que este documento no solo sirva como un recordatorio de las importantes reflexiones y debates que tuvieron lugar durante el evento, sino que también inspire nuevas iniciativas y proyectos en los campos abordados.





# Índice

- |    |   |    |   |
|----|---|----|---|
| 01 | Apertura Institucional  | 09 | Cultura y Gastronomía   |
| 02 | KEYNOTE. La Innovación Azul.<br>Gunter Pauli.   | 10 | KEYNOTE. Voces del océano: Un<br>diálogo intergeneracional sobre la<br>sostenibilidad costera.<br>Nacho Dean y Olivia Mandle. |
| 03 | Puertos e Industria Marítima  | 11 | Islas y Territorios   |
| 04 | Tecnología  | 12 | Financiación  |
| 05 | Las Experiencias Termales   | 13 | Hospitality   |
| 06 | KEYNOTE. Innovación y Sostenibilidad:<br>El futuro de los Destinos Inteligentes<br>y la Economía Azul. Antonio López de<br>Ávila y Stewart Sarkozy-Banoczy. | 14 | Deportes  |
| 07 | Energía   | 15 | KEYNOTE. Sostenibilidad ambiental:<br>Los residuos y la descarbonización.<br>Jaume Cabre Alcoverro.                           |
| 08 | Costas y Playas   | 16 | Clausura Institucional  |



# PRÓLOGO

El **Libro Azul** que tienes en tus manos es el reflejo de lo que fue la segunda edición de **Sun&Blue Congress**: Un punto de encuentro global donde la innovación, la sostenibilidad y la acción se dieron la mano para trazar el futuro de la Economía y el Turismo Azul.

Cuando abrimos las puertas del congreso en Almería, lo hicimos con una idea clara: «Todos queremos un mundo mejor, pero muchas veces esperamos que sea otro quien lo construya». Sun&Blue nació con la misión de ser una plataforma de transformación real, donde las palabras se convierten en compromisos y los compromisos en acciones concretas. Durante meses trabajamos para que esta edición no solo creciera en alcance e impacto, sino que también consolidara su dimensión internacional con la participación de más de 30 países y un programa de alto nivel.

Los debates que aquí se recogieron fueron diversos y reveladores: Desde la aplicación de la tecnología para optimizar la sostenibilidad de nuestros mares y costas hasta el papel de la cultura, la gastronomía y el deporte como motores del turismo azul. También quedó clara la

necesidad de integrar la **Triple P (People, Planet & Profit)** en cualquier estrategia de desarrollo sostenible. Pero si algo destacó sobre todo fue la urgencia de dejar atrás la teoría y pasar a la acción.

Por eso, en la clausura del congreso, reafirmamos un mensaje fundamental: **«El futuro está en nuestras manos y la sostenibilidad no es una opción, sino un compromiso colectivo»**. Este Libro Azul no es solo un testimonio de lo aprendido, sino una guía para medir nuestro progreso, una hoja de ruta con objetivos claros de acción. Nos permitirá evaluar, en futuras ediciones, si realmente hemos avanzado o si nos hemos quedado en la teoría.

El camino hacia un Turismo Azul sólido, innovador y sostenible ya está en marcha. Ahora es el momento de asegurarnos de que lo recorrido nos lleve realmente al futuro que queremos construir.

**Tim Ott,**  
Director del Congreso Sun&Blue.



# 01

## Apertura Institucional

# 01 Apertura Institucional

## Una oportunidad para el debate y la reflexión sobre el turismo sostenible y la economía azul

### Ponentes

**María del Mar Vázquez**  
Alcaldesa de Almería.

**Tim Ott**  
Director General de  
Sun&Blue Congress.

**Javier Aureliano**  
Presidente de la  
Diputación de Almería.

**José de la Uz**  
Presidente de RECI y  
Alcalde de las Rozas.

**Arturo Bernal**  
Consejero de Turismo  
y Acción Exterior de la  
Junta de Andalucía.

Da comienzo la apertura institucional de la II edición de Sun&Blue Congress 2024 con un vídeo que realza el papel del turismo almeriense, destacando su belleza, resiliencia y su papel clave en el desarrollo de la economía azul y el turismo sostenible. Durante los tres días del congreso, más de 150 ponentes de primer nivel compartirán conocimientos e ideas con asistentes de más de 30 países. Gracias a las traducciones simultáneas disponibles en todas las salas, los asistentes podrán seguir las ponencias en su idioma preferido.

La Alcaldesa de Almería, **María del Mar Vázquez**, inaugura oficialmente el congreso agradeciendo el interés y esfuerzo que han hecho posible su celebración. Define Almería como una ciudad que «piensa en azul y siente su mar», destacando su transformación hacia un modelo más inteligente, eficiente e integrador. Invita a los asistentes a descubrir el clima, la cultura y, sobre todo, la hospitalidad de su gente.

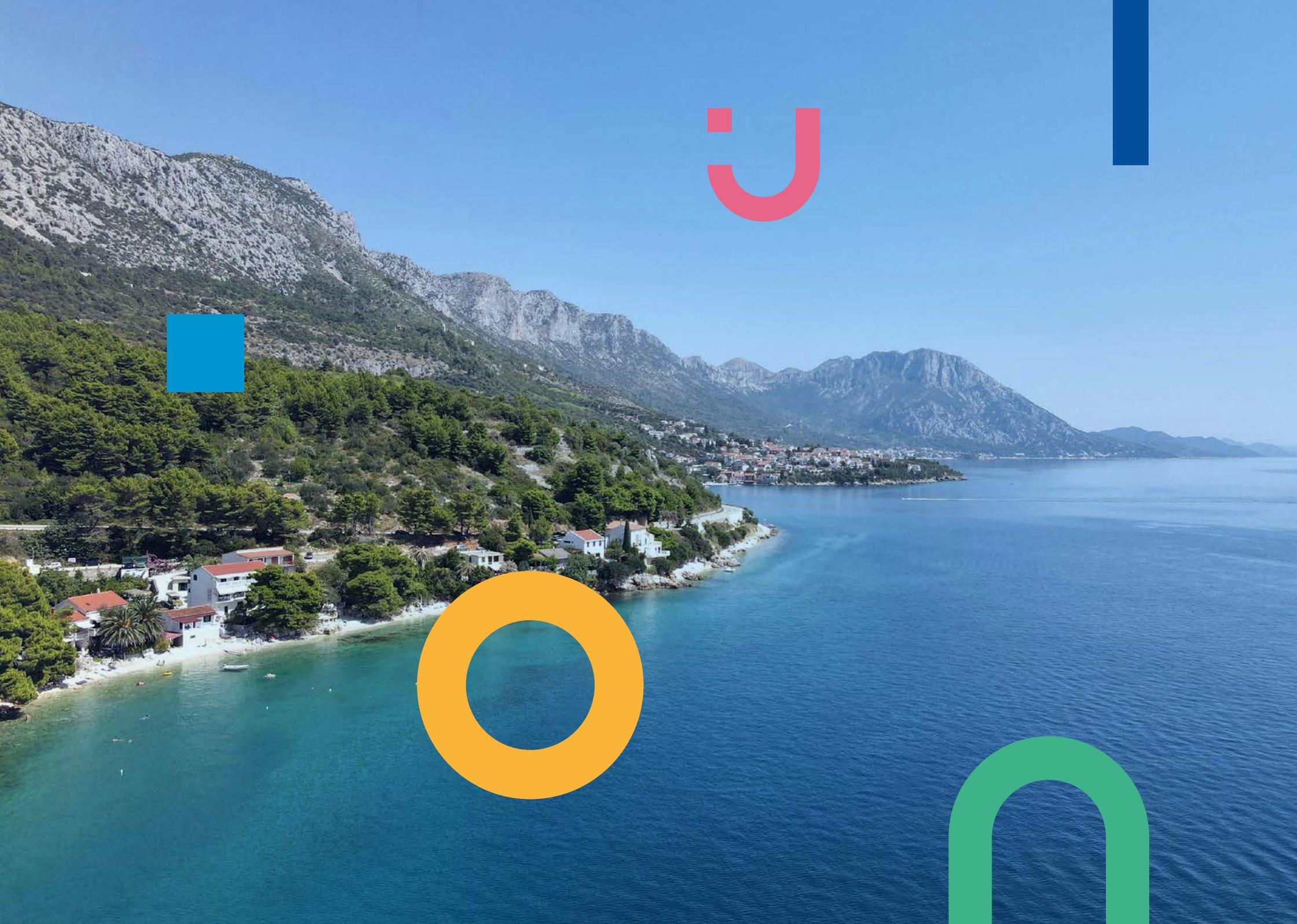
A continuación, **Tim Ott** subraya el creciente nivel cualitativo del congreso respecto a su edición anterior. Insiste en la necesidad de pasar de la teoría a la acción para construir un futuro basado en la economía azul. Recalca que el turismo azul no es solo un concepto, sino una responsabilidad y una promesa de hacer las cosas mejor para las generaciones futuras.

Por su parte, **Javier Aureliano** pone el foco en el problema estructural del agua en Almería, resaltando la importancia de cada milímetro de agua en una provincia con escasas lluvias. Señala que la costa de Almería es un motor económico y social clave, proporcionando identidad y desarrollo a la región. Afirma que «no queremos un turismo que no sea sostenible, pero tampoco indigerible», enfatizando la necesidad de un modelo equilibrado. También destaca el impacto de la provincia en el sector agrícola a nivel europeo, ligando la economía azul con la producción hortícola, que alimenta a millones de europeos.

Finalmente, **José de la Uz y Arturo Bernal**, vuelven a destacar la importancia del congreso y el rendimiento ante el encanto de los andaluces, los almerienses, su comida y su patrimonio. Bernal define dicho rendimiento como el *Andalusian Crush*, que hace que todos caigan rendidos ante los encantos de esta tierra. Bernal cierra su intervención y por consiguiente la apertura del congreso con una gran afirmación que ya mencionada anteriormente el Presidente de la Diputación y que resume a la perfección las bases del Congreso Sun&Blue: «**El turismo o será sostenible o no será**».







02

**KEYNOTE**  
**La Innovación Azul**

Gunter Pauli

## 02 KEYNOTE. La Innovación Azul

### Gunter Pauli

Gunter, definido como el Steve Jobs de la sostenibilidad, presenta su concepto de economía azul como una economía que demuestra cómo desarrollar modelos económicos basados en la naturaleza y la sostenibilidad.

Nos presenta dicho concepto con un vídeo de presentación con distintas imágenes que demuestran la belleza que encontramos en distintas partes de la tierra para concienciarnos de la necesidad de repensar la forma en la que estábamos desarrollando la economía. Según Pauli, hay abundancia si queremos encontrarla, si no queremos, encontraremos pobreza y escasez. Así mismo, señala que tenemos un problema principal en Europa: El análisis. Analizamos todo, pero no actuamos. Y ahí es donde pone precisamente el foco, en la necesidad de aprender a utilizar el análisis para poder desarrollar procedimientos y herramientas que se pongan en práctica y supongan soluciones.

Nos presenta su libro *Grow your own house*, en el que expone uno de sus principios fundamentales: La economía azul es dar valor a lo que tenemos. Tenemos que cambiar nuestra mentalidad y dejar de aceptar un 'no' por respuesta. Necesitamos científicos y emprendedores que se atrevan a participar en esta revolución y pongan como objetivo aprovechar al máximo los recursos que tenemos para alcanzar los fines que queremos, y así dar valor a lo que tenemos. Pone a la ciudad de Almería como ejemplo de este movimiento y esta forma de actuar, ya que la provincia está experimentando una revolución con las nuevas infraestructuras que nadie está reconociendo, pero que está teniendo excelentes resultados.

Gunter Pauli apunta a la necesidad de retar a la gente joven, a las nuevas generaciones, para que sean capaces de pensar algo que las generaciones anteriores no han sido capaces de pensar. Y para alcanzar este fin «tenemos que salir de la caja».

Gunter Pauli lanzó en el año 1986 el concepto de 0 emisiones porque en este año aprendió del primer reporte del plan internacional del cambio climático que íbamos a tener un cambio. Esto le hizo pensar que **no debíamos analizar, era necesario decidir y ejecutar**. Además, afirma que el drama del movimiento verde es que «acusar y prohiben mucho». Y para Pauli, el ser humano no funciona bien cuando se prohíbe todo. Fue entonces cuando entendió que era necesario un cambio no solo tecnológico o de procesos, sino de sistema. Necesitamos un diseño del sistema que nos permita cambiar la forma de actuar. Como ejemplo de este modelo de actuación, nos presenta a través de distintas fotos su primera fábrica de 0 emisiones, ECOVER, para el desarrollo de la cual fue de especial importancia pensar en el bienestar de sus empleados.

Gunter Pauli nos anima a estar abiertos a ideas locas, ideas nuevas, y lanza una pregunta al público que sin duda nos hace reflexionar. «Y ustedes, ¿quieren seguir la metodología tradicional o prefieren aspirar a una mejoría en empleo y en resultados?». Evidentemente, Pauli opta por la segunda opción, aunque es perfectamente consciente de que esto supondrá un cambio con respecto a los procedimientos y la toma de decisiones. Y así lo pone en práctica con su red de 3.000 científicos, la cual está interesada en encontrar las distintas maneras de conseguir un cambio no solo de comportamiento, sino también de

comprensión. Pauli respalda el éxito de su proyecto que empezó en 1993 y ha generado 23.000 trabajos. Y afirma que el proyecto ha sido tan exitoso «porque su gente gana dinero y no necesita hacer locuras», y así recalca una vez más la importancia de pensar en las necesidades de sus trabajadores.

Apunta a que una de las necesidades actuales es generar empleo, ya que el empleo es ingreso y este ingreso es a su vez consumo para suplir las necesidades básicas de la gente.

Gunter afirma que siempre ha estado buscando alimento para los peces. Reconoce la larva de mosca como el higienizador de todo el entorno ecológico, que convierte todo gracias a un sistema de digestión. La naturaleza le ha enseñado que es una técnica que funciona, y debemos enfocarnos en las cosas que funcionan.

Para el año entrante propone una nueva iniciativa: Centrarnos en la inteligencia en el mar. Hemos de repensar los datos del mar, el llamado *data mining*. Frente al 99,9% de los datos que obtenemos sobre la tierra o el aire, nos encontramos un 0,1% que se centra en lo que podemos encontrar en el mar. Resulta cuanto menos paradójico cuando el mar representa aproximadamente el 99% del espacio donde podemos encontrar vida. El problema radica en este mismo hecho. Si no tenemos datos, no podemos desarrollar procedimientos, y, por ende, no tenemos forma de actuar. El primer reto de la economía azul es el conocido como *data firming*, que consiste en hacer una agricultura de los datos. Sin embargo, ¿cómo podemos recolectar datos si no tenemos ningún sistema de comunicación en el mar que nos brinde los mismos?



Convivimos con el mal de la falta de conocimiento, de la falta de datos, y sin estos datos resulta imposible actuar. Pauli pone el ejemplo de Almería, que carece de cartografía 3D del fondo del mar. Esta es la realidad del mal conocimiento, la falta de datos. Si es posible la comunicación dentro del mar, la experiencia con respecto al mar puede cambiar. Pone como ejemplo la máscara diseñada para habilitar esta comunicación que cuenta con una cámara que permite la visión.

Como conclusión, justifica que necesitamos a corto plazo una estrategia, ya que el conocimiento de dichos datos va a brindar futuras oportunidades. Estos son precisamente los retos de la economía azul, buscar los datos, tener la información para poder actuar. La clave, de esta manera, reside en volver a analizar el conocimiento que está definido previamente e ir más allá de este conocimiento preexistente promoviendo la investigación mediante la creación de nuevas herramientas.





03

# Puertos e Industria Marítima

Puertos del Futuro: Innovación y Sostenibilidad  
en la Industria Marítima



## 03 Puertos e Industria Marítima

Puertos del Futuro: Innovación y Sostenibilidad en la Industria Marítima

## Puertos y Ciudades: Tejiendo la Red de Progreso Sostenible

### Moderador

#### David Simó

Director editorial del Diario El Canal Marítimo y Logístico.

### Ponentes

#### María del Rosario Soto

Presidenta de la Autoridad Portuaria de Almería.

#### Marta Pontes

Concejala de Actividades Económicas, Turismo, Internacionalización y Protección Civil en Ayuntamiento de Matosinhos.

#### Manuel Arana

Director de Planificación y Desarrollo de Puertos del Estado.

#### Ricardo Barkala

Presidente de la Autoridad Portuaria de Bilbao.

El debate aborda cómo la integración entre puertos y ciudades puede ser un motor de desarrollo sostenible, fomentando la conexión comunitaria, fortaleciendo la economía local y apoyando la transición energética. Se destacan ejemplos de proyectos transformadores como el de la Autoridad Portuaria de Almería, líder en iniciativas de integración urbana y sostenibilidad.

El moderador, David Simó, Director editorial del *Diario El Canal Marítimo y Logístico*, enfatiza en su planteamiento inicial la idea de que los puertos y las ciudades no pueden vivir de espaldas, y que los puertos son precursores de relaciones puerto-ciudad a la par que actores indispensables en la lucha a favor del clima.

La Presidenta del Puerto de Almería, María del Rosario Soto, pone el acento en la relevancia de la colaboración entre puertos y ciudad y ensalza el ejemplo del Puerto de Bilbao como modelo a seguir. También subraya la importancia de la colaboración entre diferentes instituciones (puerto, ayuntamiento, empresas privadas) para lograr que la integración sea exitosa.

Hace mención a los proyectos de integración que se están llevando a cabo en el Puerto de Almería, como la urbanización del muelle de Levante y la mejora de las conexiones con la ciudad. Rosario Soto pone a su vez en valor la recuperación del patrimonio histórico del puerto, destacando que comienzan obras en diciembre de 2024 y también la rehabilitación del varadero. Prevé que la culminación de toda la transformación del Puerto de Almería será más o menos en 2028, siendo unas ocho hectáreas de superficie las que se abrirán.

Ricardo Barkala, Presidente del Puerto de Bilbao, destaca la exitosa integración puerto-ciudad en su ciudad, mencionando la importancia histórica de la colaboración entre el Puerto de Bilbao y los nueve municipios que lo rodean. Esta estrecha relación ha sido fundamental para lograr una integración exitosa y sostenible. Resalta la importancia de la cooperación y coordinación entre el puerto y la ciudad para lograr un beneficio mutuo.

Explica cómo la decisión de trasladar el puerto de Bilbao desde el centro de la ciudad hacia el exterior fue un punto de inflexión clave para su integración con la ciudad. Destaca la generosidad del puerto al ceder los terrenos liberados por el traslado a la ciudad, lo que permitió el desarrollo de espacios culturales y recreativos como el Museo Guggenheim y el Palacio Euskalduna. Muestra cómo esta transformación ha convertido a Bilbao en una ciudad más atractiva y habitable, con una mayor calidad de vida para sus ciudadanos.

### Conclusión

**El debate refleja el esfuerzo conjunto de autoridades portuarias, municipales y sector privado para fomentar una colaboración sostenible que beneficie a las comunidades locales, transforme los frentes marítimos y lidere acciones contra la emergencia climática.**

Manuel Arana, Director de planificación y desarrollo de Puertos del Estado destaca la importancia de la integración puerto-ciudad en España y presenta un panorama general de los proyectos en desarrollo. En su intervención afirma que todas las autoridades portuarias han desarrollado o lo van a hacer este tipo de actuaciones, apostando por el desarrollo urbano portuario, y destaca el compromiso de las autoridades portuarias españolas con la integración puerto-ciudad, tal como se establece en el Marco Estratégico de 2022.

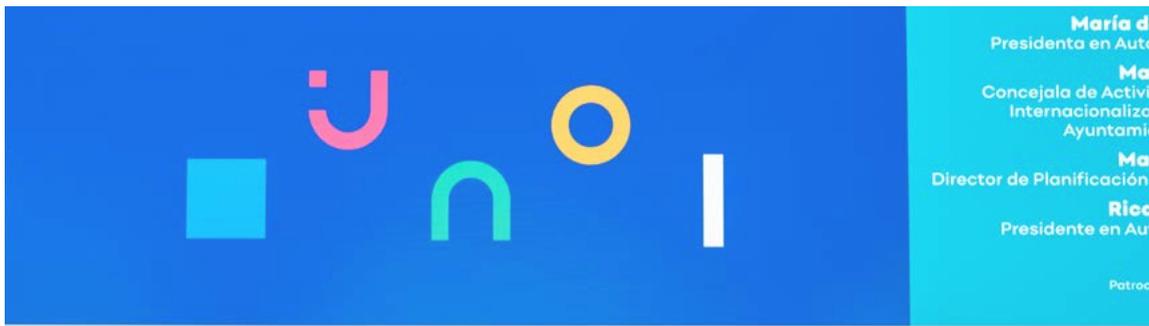
Las autoridades portuarias españolas están dedicando esfuerzos significativos a desarrollar proyectos que promuevan la integración y presenta ejemplos concretos de proyectos en diferentes puertos de España, como Huelva, Sevilla, Cádiz, Algeciras, Málaga y Almería. Estos proyectos buscan liberar espacios portuarios para usos urbanos, generando nuevas oportunidades de desarrollo y mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

Destaca la necesidad de una integración puerto-ciudad que vaya más allá de los grandes proyectos urbanísticos y se centre en la gestión diaria y sostenible de las operaciones portuarias, y esta integración requiere una convivencia constante y respetuosa entre ambas partes, dado que los puertos operan las 24 horas del día, los 7 días de la semana. La sostenibilidad es un pilar fundamental y se manifiesta en diferentes aspectos como la gestión del ruido, la calidad del aire y del agua con medidas concretas como la reorganización de actividades, la limitación del ruido nocturno, el uso de pavimentos fonoabsorbentes y la conexión de los barcos a la red eléctrica.

Marta Pontes, Concejala de Actividades Económicas, Turismo, Internacionalización y Protección Civil en Ayuntamiento de Matosinhos cuenta que su ciudad está en cabeza de las ciudades de Portugal en Economía Azul y que el Puerto es un punto vibrante vinculado a la comunidad. Desde 2018 tienen una estrategia de desarrollo para la Economía Azul. EN cuanto a la relación puerto-ciudad destaca la terminal de cruceros, que integra la arquitectura en el espacio portuario. También cuenta cómo otros agentes sociales de la vida de la ciudad desarrollan su labor en instalaciones del puerto, como la Universidad de Oporto que estudia biotecnología marina allí.

Los paseos marítimos de la ciudad han sido rediseñados en los últimos años por arquitectos con Premio Pritzker para poner en valor la importancia que dan a esta parte de sus proyectos. Entre las acciones que llevan a cabo destacan la reforestación marina de zonas afectadas dentro del mar por barcos. Buscan formas de evitar derrames de combustibles en el mar, y para 2025 destinarán 14 millones de euros para un nuevo centro de conocimiento dentro del espacio portuario entre Universidad, Ayuntamiento y Puerto.





## 03 Puertos e Industria Marítima

Puertos del Futuro: Innovación y Sostenibilidad en la Industria Marítima

## Horizontes Verdes del Mar

### Moderadora

#### Esther Molina

Directora Gerente de  
SunCruise Andalucía.

### Ponentes

#### Javier Noriega

Presidente del  
Clúster Marítimo de  
Andalucía.

#### Ignacio Javier Del Río

Director de Activos  
de Ocean Capital  
Partners.

#### Jose García Fuentes

Presidente de la  
Autoridad Portuaria  
de Motril.

#### Rafael Montero Jurado

Director Comercial de  
la Agencia Pública de  
Puertos de Andalucía.

Los panelistas discutieron sobre la integración de criterios de sostenibilidad en el turismo azul, la importancia de la electrificación de los puertos y las marinas, y el futuro de la economía azul en Andalucía. Se enfatizó la necesidad de hacer las cosas de manera diferente pero manteniendo la actividad económica, integrando los puertos con las ciudades y promoviendo un desarrollo sostenible que beneficie a las personas y al medio ambiente.

José García, del puerto de Motril, habla de garantizar la logística con menores costes medioambientales y reivindica centrar el desarrollo en las personas, de lo contrario no es sostenible y pone a las personas en el centro de su actividad. Explica el proyecto *Green Deal* del Puerto de Motril, seleccionado por la Unión Europea entre más de 200 presentaciones. El proyecto se centra en la descarbonización del transporte marítimo, produciendo y almacenando energía en el puerto para reducir emisiones y costes.

En 2030 los ferries tendrán que estar conectados a la red eléctrica para no usar motores secundarios y habrá que producir la energía que necesita el puerto en el propio puerto. Defiende que la sostenibilidad tiene que ser más barata y eficiente. Ellos reutilizan el agua de lluvia y tienen convenios con el Aula del Mar para el desarrollo de nuevos materiales. Todos sus proyectos de infraestructuras están siendo sometidos a revisión medioambiental. Afirma que la sostenibilidad por sí misma no tiene beneficios si no mejora la vida de las personas, de la sociedad, aportando entornos más habitables.

Ignacio del Río habla sobre las marinas de megayates y la importancia de integrar la sostenibilidad desde el inicio de los proyectos. Destaca la necesidad de suministro eléctrico para estos barcos y la importancia de la integración con la ciudad. Ese tipo de barcos que van a marinas de megayates tiene un consumo brutal y hay que dar soluciones a su medida, con la parte importante en el suministro eléctrico, y sostiene que habría que dar más peso a la parte medioambiental en las licitaciones, ya que actualmente se da todo el peso prácticamente a la parte económica. Apunta también a que las bonificaciones y ayudas para implantar nuevas tecnologías es importante.

Cuenta que han sido pioneros en implantar un tipo de hormigón que fomentaba la creación y diversificación de la fauna marina, una inversión muy costosa pero hay que realizarlo cuando estás implementando una marina. En cuanto a retos: Invertir en desaladoras le parece fundamental en las marinas,

### Conclusión

**Los panelistas discuten sobre cómo integrar criterios de sostenibilidad en el turismo azul, destacando la importancia de escuchar al turista y ofrecer experiencias respetuosas con el medio ambiente. Tanto las administraciones públicas como las empresas privadas dedicadas a la gestión y construcción de puertos, marinas y terminales coinciden en que la sostenibilidad debe orientarse al beneficio de la sociedad, ya que carece de sentido por sí sola.**

**Actualmente, se apuesta por la investigación y el desarrollo tecnológico como herramientas clave para impulsar la sostenibilidad, identificando como principal desafío la transición hacia el uso de energías eléctricas.**

hay que avanzar en implantar arrecifes artificiales, también están avanzando con expertos en biotecnología en luminiscencia de plantas marinas que puedan dar su propia luz e iluminar la marina, incluso generan electricidad para suministrar.

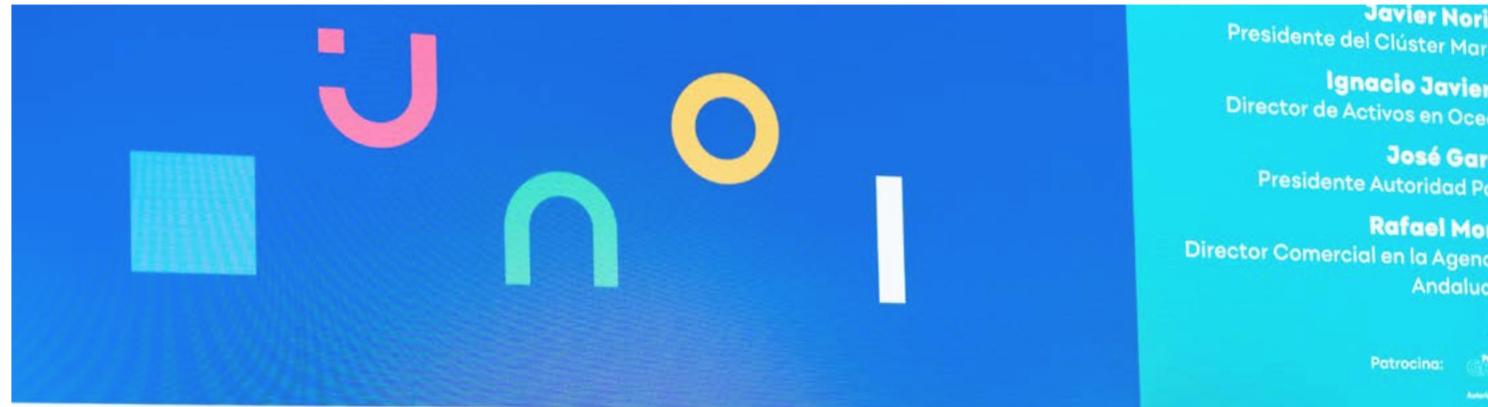
Rafael Montero explica el papel de la Agencia en la gestión de puertos náuticos, marinas y instalaciones pesqueras en Andalucía. Destaca la importancia de la colaboración con los municipios y la sensibilidad hacia el sector pesquero. Habla sobre no pensar solo en el ámbito económico, sino social, de educación y participación social. Enumera varios agentes importantes en este proceso: Transformaciones en la náutica, la transformación energética y afirma que creen que el futuro con estos agentes es fundamental ya que una administración no lo puede resolver todo.

Javier Noriega habla sobre el papel del Clúster y la unión de empresas del sector de la economía azul. Destaca la importancia de la colaboración entre empresas, universidades y administración para el desarrollo sostenible del sector marítimo. Empresas grandes y pymes, también emprendedores. Sobre el concepto de turismo azul, indaga en la idea de cómo integrar criterios de sostenibilidad en el turismo y la gestión de las instalaciones: Hay que escuchar al turista. Hay que escucharlos porque la sostenibilidad para ellos ya es muy importante. Desde las administraciones públicas también hay que escuchar a la demanda. En Europa se tiene muy en cuenta muchas de estas cosas que en otros lugares no se tiene y hay que romper una lanza.

Enfatiza en la necesidad de mirar hacia el futuro haciendo las cosas que ya se hacen pero haciéndolo de una manera distinta, nueva, con mayor conciencia y de forma más responsable. Le parece muy importante tener el concepto de sostenibilidad desde el principio de cualquier proyecto y que sea medioambientalmente favorable para todos.

Rafael Montero, Director Comercial de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía, propone colaborar con los municipios cercanos para promover el turismo sostenible y los puertos verdes y destaca la necesidad de aplicar criterios sostenibles en la construcción de nuevas instalaciones pesqueras.





## 03 Puertos e Industria Marítima

Puertos del Futuro: Innovación y Sostenibilidad en la Industria Marítima

# Puertos del Mañana: Innovación y Sostenibilidad

### Moderadora

#### Eva Miquel

Socia-directora de aWp Services.

### Ponentes

#### José Llorca

Jefe del Área de Innovación en Puertos del Estado.

#### Emma Cobos

Directora de Innovación y Estrategia de Negocio del Puerto de Barcelona.

#### María José Rodríguez

Directora de Marketing y Ventas Servicios Energéticos de ACCIONA Energía.

#### Gerardo Landaluce

Presidente de Suncruise Andalucía.

#### Antonio Bayo

Jefe de Área de Planificación en Autoridad Portuaria de Almería.

Los ponentes discutieron sobre las nuevas profesiones que surgirán en el sector portuario debido a la innovación y la automatización, y la necesidad de atraer talento joven al sector. José Llorca afirmaba en su intervención que existe un problema de desconocimiento real de las necesidades de los puertos y que hay que atraer el talento hacia ellos y se necesita dinero para avanzar en el proceso por ejemplo de maduración tecnológica.

Explica que la innovación necesita de un lugar donde llevar a cabo prototipos y los puertos han hecho esto, dejando que los sectores que dominan la tecnología se acerquen a los puertos. Interesan en ese sentido los productos tecnológicos que se puedan llevar al mercado y que el sector se tecnifique. Destaca la importancia de la innovación abierta y la necesidad de atraer talento externo para abordar los retos tecnológicos del sector.

Emma Cobos comparte las estrategias de innovación del Puerto de Barcelona, incluyendo la creación de un hub de innovación dedicado a la economía azul y la implementación de proyectos como la electrificación de muelles. Afirma que los puertos se dotan de instrumentos para ser más innovadores. Ellos, por ejemplo, tienen Barcelona Port Innovation, una fundación privada. Expone las características del Fondo 4.0, una iniciativa importantísima para fomentar la innovación en el sector portuario. Afirma que para 2026 deben tener la mitad de los muelles electrificada con una inversión de 200 millones de euros.

### Conclusión

Los ponentes discuten sobre las nuevas profesiones que surgirán en el sector portuario debido a la innovación y la automatización, y la necesidad de atraer talento joven al sector. Se propone visualizar a los puertos como grandes aliados y facilitadores de la transición energética. Se ha discutido cómo la innovación tecnológica transformará el empleo en los puertos, eliminando trabajos rutinarios o de intermediación, pero creando nuevas oportunidades para biotecnólogos y expertos en inteligencia artificial.

Todos han coincidido en que la prioridad absoluta es la transición hacia la sostenibilidad, abandonando los combustibles fósiles y adaptando los puertos a sistemas eléctricos más eficientes.

María José Rodríguez sostiene que la energía más verde que existe es simplemente la no consumida. y por lo tanto hay que poner el foco en la reducción de los consumos actuales. Habla sobre la importancia de la gestión energética en los puertos y cómo Acciona Energía está ayudando a reducir el consumo energético en diversas instalaciones.

Gerardo Landaluce destaca la necesidad de ver a los puertos como facilitadores de la transición energética y la importancia de una legislación prudente. Menciona el compromiso de los puertos con la descarbonización y la sostenibilidad. Sostiene que la innovación aporta eficiencia y eso significa optimizar. Ellos aplican modelos que aportan sostenibilidad porque la sociedad cada vez demanda más esa sostenibilidad.

Antonio Bayo presenta proyectos innovadores en el Puerto de Almería, incluyendo uno para medir y controlar el impacto ambiental de las operaciones portuarias y otro para la construcción de plataformas eólicas marinas, ya que afirma que llegó un momento de haber llegado a los límites y ha habido que plantear el puerto del futuro en Almería, que es prácticamente plantear un nuevo puerto. Se están aplicando criterios de autosuficiencia económica.





## 03 Puertos e Industria Marítima

Puertos del Futuro: Innovación y Sostenibilidad en la Industria Marítima

## Navegación Verde: Innovación en la Industria Náutica

### Moderadora

**Marilena Estarellas**  
Gerente en ANBE.

### Ponentes

**Tomás Azcárate**  
Presidente de  
Marinas de España.

**Gonzalo Coterillo**  
Presidente de ANBE.

**David de Haro**  
Director de  
Sostenibilidad de  
Mundo Marino.

**José Ballester**  
Director Comercial  
de XOUVA 4.90.

En esta conferencia sobre turismo náutico sostenible, se discuten varios temas importantes relacionados con la industria náutica, los puertos sostenibles y el turismo náutico sostenible. Gonzalo Coterillo, Presidente de la Asociación Nacional de Barcos Eléctricos (ANBE), destacó la importancia de la descarbonización en el sector marítimo y la necesidad de adoptar tecnologías más limpias. David de Haro, fundador de Mundo Marino, compartió su experiencia en la operación de catamaranes eléctricos para turismo sostenible. José Ballester de Xouva presentó sus barcos eléctricos diseñados para el sector turístico sin necesidad de licencia náutica. Tomás Azcárate, Presidente de Marinas de España, discutió el papel de los puertos deportivos en la transición hacia la sostenibilidad.

Se abordaron los desafíos y oportunidades en la adopción de tecnologías eléctricas e híbridas en el sector náutico, incluyendo la necesidad de infraestructura de carga, la formación del personal y la adaptación de las regulaciones. También se discutió el potencial del hidrógeno como fuente de energía para el sector marítimo. La conferencia concluyó con un llamado a la acción para una mayor colaboración entre el sector público y privado para impulsar la sostenibilidad en la industria náutica.

Gonzalo Coterillo enfatiza la necesidad de descarbonización en el sector marítimo, señalando que los barcos contaminan significativamente más que los vehículos terrestres debido a regulaciones menos estrictas. Destaca la importancia de adoptar tecnologías más limpias como los barcos eléctricos para un turismo náutico sostenible. Defiende que es prioritario dejar de usar combustibles fósiles y señala que la legislación va muy atrasada en este sentido.

Coterillo incide sobre la necesidad de aplicar al mar regulaciones para la descontaminación que ya se aplican en tierra pero no al medio marino. Insta a mejorar la formación e información sobre tecnologías sostenibles en el sector náutico para combatir la desinformación y promover la adopción de barcos eléctricos.

David de Haro y José Ballester discuten los obstáculos para la adopción masiva de tecnologías sostenibles en la industria náutica, incluyendo la falta de normativas unificadas y la incertidumbre en las inspecciones

### Conclusión

**Los barcos siguen siendo altamente contaminantes, la legislación española ha quedado atrasada en este aspecto y que es urgente avanzar hacia la descarbonización. Se ha señalado que ya existe tecnología para la navegación eléctrica, con ventajas ambientales, y que es fundamental unificar criterios, agilizar inspecciones y visibilizar la industria de barcos eléctricos, que tienen muchas ventajas como ser sostenibles o poder navegar por lugares en los que está prohibida la navegación con combustible fósil y que genere ruidos.**

de embarcaciones eléctricas o híbridas. Ballester cuenta cómo usan embarcaciones eléctricas para las que no es necesario titulación, y gracias a eso pueden llevar a cabo actividades de recreo por zonas privilegiadas que no admiten contaminación acústica ni ambiental. Lamenta que todavía hay poco *atrevimiento* a contar con embarcaciones de este tipo porque hay reticencias a lo nuevo, lo diferente.

Tomás Azcárate aborda el rol de los puertos deportivos en la adopción de tecnologías sostenibles, discutiendo la necesidad de infraestructura para carga eléctrica y suministro de hidrógeno, así como los desafíos asociados con la implementación de estas tecnologías. Señala que las marinas tienen que ir adaptándose progresivamente y que todos los transportes terminarán siendo eléctricos, y que en el mar queda el último escollo que es la autonomía del barco eléctrico, pero que estamos en un período de transición, es un proceso irreversible.

Se discute el potencial del hidrógeno como fuente de energía para el sector náutico, mencionando proyectos en desarrollo en diferentes puntos de la costa española y la posibilidad de implementar estaciones de hidrógeno en puertos deportivos.

El moderador anuncia iniciativas de formación en colaboración con la Red de Cruceros Marítimos y Fluviales para promover la remotorización y el retrofit de embarcaciones. Se enfatiza la importancia de dar visibilidad a los proyectos pioneros en sostenibilidad náutica.

David de Haro dice que una idea sería incentivar el número de amarres o darles los mejores en los puertos a barcos que tengan sostenibilidad demostrada como una medida que incentive su uso. Marinas de España debe considerar la implementación de espacios dedicados para barcos eléctricos en los puertos deportivos, similar a lo que se ha hecho con los coches eléctricos en aparcamientos públicos. Sugiere también unificar los criterios de inspección para barcos eléctricos e híbridos a nivel nacional para facilitar las inversiones en la reforma de barcos profesionales.

Por su parte, la ANBE planea firmar un convenio con la Red de Cruceros Marítimos y Fluviales para crear programas de formación en remotorización y retrofit de embarcaciones en toda la costa española.







# 04

## Tecnología

Enable Technology: Innovación Azul



## 04 Tecnología

Enable Technology: Innovación Azul

## Real 5G for a New Blue Economy: Casos de Uso en la Vanguardia Tecnológica

### Moderador

**Francisco Morcillo**  
Consultor Experto en innovación urbana y territorial.

### Ponentes

**Francisco José Huidobro**  
Director de Servicios Digitales de Orange.

**Antonio Castaño**  
Gerente general - Sevilla City Office.

**Dani Caro**  
Jefe de Datos - Oficina del Dato Turismo y Deporte Andalucía.

Estos tres ponentes, representan 3 pilares fundamentales que ha de tener cualquier destino. En primer lugar, la parte del destino municipal que tiene las competencias, el destino regional que aglutina y la empresa privada por el papel que aportan en el desarrollo conceptual. Estos tres ponentes afirman que los datos son importantes, así como su análisis. La tecnología nos está dando herramientas y debemos empezar a investigar para dar pie a soluciones. Estamos en un cambio de tendencia absoluta, por un lado, a nivel mundial con el impacto del COVID en el planeta. Se realiza la necesidad de un cambio de modelo de sostenibilidad turística, para preservar la identidad y la parte social de nuestros destinos.

Francisco José Huidobro compara lo que estamos viendo en el sector turístico con lo que se ve en el sector privado. Y pone como ejemplo a su empresa Orange. Lo realmente importante es tener herramientas con las que poder tomar decisiones para solucionar los problemas que se plantean. Los datos, para él, serían la herramienta necesaria y las personas los responsables de ponerlas en marcha.

Antonio Castaño, a nivel municipal, afirma que «no existen turistas, existen ciudadanos». El turismo ha pasado de ser algo que nos movía el espíritu y la visión y actualmente no sabemos si estamos de turismo o trabajando. Todas las tendencias del turismo con todas las herramientas digitales han cambiado la visión.

Castaño afirma que todas las decisiones que se toman tienen que estar basadas en el dato. El dato y la información hace que la tendencia fuera en aumento en el uso de las ciudades. Además, hace referencia a la intervención de Gunter Pauli sobre el *data farming*, el dato es el que nos da toda la posibilidad para la gobernanza y para poder tener herramientas para saber qué necesita actualmente el turismo con respecto a los turistas actuales. Pone como ejemplo la situación actual de la zona de Nervión en Sevilla que se ha convertido en uno de los principales núcleos turísticos de la capital andaluza.

Dani Caro plantea la situación como una clasificación, ya que a nivel autonómico tienen una serie de responsabilidades con respecto a los datos oficiales. Este dato tiene una función muy poderosa usada por distintos estamentos y su responsabilidad es que estos datos sean fiables y ciertos para que se conviertan en datos oficiales.

Para Dani Caro, es necesario analizar datos para obtener un diagnóstico y actualmente están en el punto del caso de uso: Saber para quién y para qué. Si no tenemos estas dos cuestiones claras, los datos pueden ser fenomenales, pero no tendremos una acción. Es necesario usar todos estos datos de manera que el receptor no se de cuenta de todo este proceso, sino de la acción y el resultado final. Es por ello que trabajan con metodologías avaladas por Europa. Todos los destinos tienen el sector empresarial debajo, y este entiende de rentabilidad y en ocasiones carece de la disponibilidad

técnica y económica. El objetivo es convertir las debilidades en oportunidades. Todo se resume en simplificar y tener muy claro cuales son los roles de cada uno. Tener claro el qué, el para quién y la acción que subyace.

En el segundo bloque y aterrizando en la parte más azul del evento, se comenta la aportación del 5G con respecto a la red de conexiones y datos que ofrece.

Antonio Castaño hace referencia la ayuda que ha supuesto el uso de la tecnología para aprovechar y empujar la actividad del río de Sevilla y sus pantanales. Con el objetivo de que estos pantanales avancen y suplan necesidades de la actualidad. Otro buen resultado es el uso de los cruceros en el río. El río se empezó a publicitar teniendo en cuenta la complejidad que tiene con respecto a la recepción de mareas. Así, se han cerrado 98 escalas de cruceros para el año que viene. Gracias a la tecnología, hemos conseguido llegar a obtener datos que no se conocían. Destaca que «el crucerista que llega atraca en el pleno centro de Sevilla, y se asombra al ver la Giralda y la Torre del Oro».

Dani Caro nos trae los pasos y objetivos que están siguiendo y las líneas en las que están trabajando. Se está trabajando en homogenizar y agrupar las soluciones que hay preparadas con impacto en el sector turístico. Y, por otro lado, ven la capacidad de hablar con ciertos agentes del mercado como Microsoft y Orange o LinkedIn. Hay ciertos destinos que no tienen la misma capacidad operativa, económica y de entender lo que el proveedor está ofreciendo. O, quizás, la incapacidad está en el proveedor de entender lo que necesita el destino.

Han llegado a un acuerdo con Microsoft para obtener ayuda para alcanzar un cambio en los procesos y servicios hacia el sector. El punto de origen es la propia casa, tenemos que analizar cómo tenemos organizadas nuestras capacidades y cuáles son las necesidades, ya que los recursos y los esfuerzos son limitados. De esta forma, hemos de hacer una auto reflexión y prepararnos nosotros primeros con el foco en nuestras empresas para poder avanzar. Esto lleva a acciones como formación siempre haciendo que el proveedor vuelque sus capacidades a cambio de la compra de sus plataformas. Y la pregunta es: ¿Merecen la pena esos pasos previos? Se está haciendo una personalización del servicio, de la promoción turística orientada a la carta y, en tercer lugar, una personalización a las empresas y sus necesidades y su capacitación.

En el tercer bloque, se comenta el uso de la tecnología y el hábito tecnológico con respecto a distintas herramientas y aplicaciones con el objetivo de solucionar distintos problemas como el mencionado por Antonio Castaño. Castaño menciona el problema del lenguaje con respecto a los turistas chinos en Sevilla, destino que aún así se presenta como el tercero más elegido por esta nacionalidad.

Francisco José Huidobro señala dos conclusiones importantes, la primera es que está siendo valioso involucrar a las universidades y al sector privado, que define como un sector super transversal. Aunque destaca que también es imprescindible entender sus necesidades. Y la segunda, es una reflexión sobre los métodos de promoción a emplear y saber activarlos para poder alcanzar nuestros objetivos, lo que queremos cuándo lo queremos y cómo lo queremos.



## Conclusión

La incorporación de la tecnología 5G en la gestión turística y la economía azul representa una oportunidad sin precedentes para optimizar el uso de datos y mejorar la toma de decisiones. Como han destacado los ponentes de la mesa, la clave está en comprender para quién y para qué se utilizan estos datos, garantizando que su análisis y aplicación tengan un impacto real en la sostenibilidad y eficiencia de los destinos. La convergencia entre el sector público, la empresa privada y la investigación académica permite avanzar hacia modelos turísticos más inteligentes y adaptados a las necesidades actuales, donde la rentabilidad y la sostenibilidad deben ir de la mano.

El reto ahora es consolidar este enfoque y trasladarlo a acciones concretas que impulsen la competitividad de los destinos turísticos. La personalización de los servicios, la formación en herramientas digitales y la optimización de infraestructuras como el transporte fluvial en Sevilla son ejemplos de cómo la tecnología puede transformar el sector. El 5G no solo mejora la conectividad, sino que abre la puerta a una nueva manera de entender y gestionar el turismo, adaptándolo a los retos del presente y del futuro.



## 04 Tecnología

Enable Technology: Innovación Azul

## Blue Digital Twins: Modelando el Futuro del Turismo

### Moderador

**Adolfo Borrero**  
CEO en Aalto  
Consultores.

### Ponentes

**Daniel Ignacio Rojas-Marcos**  
Responsable de las Áreas de Administración Local y de Turismo en ESRI.

**Héctor Fernández Bueno**  
CEO en Sensing Tools.

**Gonzalo Alfredo La Rosa**  
Presidente del Comité de FIWARE iHubs.

**Sari Tolvanen**  
CEO en Ocean Eye.

Los gemelos digitales destacan por su capacidad para crear representaciones virtuales precisas de entornos físicos, permitiendo analizar variables complejas y prever escenarios con antelación y sin alterar el territorio. Según Rojas-Marcos, estas tecnologías democratizan el acceso a los datos, ofreciendo a gestores turísticos y comunidades herramientas para tomar decisiones más sostenibles y eficientes. Ejemplos como el gemelo digital desarrollado para la Manga del Mar Menor o sistemas predictivos sobre inundaciones demuestran cómo estas plataformas pueden integrar datos públicos y privados para optimizar la gobernanza del turismo.

Héctor Fernández, CEO de Sensing Tools, presentó un caso innovador: El gemelo digital de la laguna del Mar Menor, una herramienta que combina sensores físicos e inteligencia artificial con análisis de redes sociales para obtener una visión completa del entorno y la percepción ciudadana. Este gemelo no solo permite comprender mejor el estado del ecosistema, sino que también responde a preguntas clave, como cuántos visitantes puede soportar un destino sin comprometer su sostenibilidad.

La interoperabilidad y la automatización son esenciales para que estas herramientas sean verdaderamente útiles a escala global. Para que los gemelos digitales puedan ser utilizados en áreas como la movilidad, la gestión del agua y el turismo necesitamos crear estándares abiertos. Más allá de los datos disponibles, el verdadero desafío radica en conectar diferentes fuentes de información y estandarizar modelos de datos para maximizar su utilidad. Muchos datos relevantes ya existen en manos de empresas privadas, lo que plantea retos éticos y económicos sobre cómo acceder y compartir esta información en beneficio de todos los actores involucrados.

Encontramos un ejemplo de cómo los gemelos digitales pueden vincularse con proyectos de conservación marina en la plataforma innovadora Ocean Eye, que impulsa la colaboración entre el sector turístico marino, los turistas, las comunidades costeras y otras partes interesadas para promover la conservación marina y el desarrollo sostenible. El modelo de Ocean Eye se basa en la ciencia ciudadana y las donaciones de los turistas, quienes contribuyen económicamente cada vez que avistan animales marinos. Estos fondos se destinan a proyectos comunitarios que apoyan la educación, la protección ambiental y el desarrollo sostenible.

### Conclusión

**Los gemelos digitales son una ventana hacia un turismo más consciente, resiliente y sostenible. A medida que estas tecnologías evolucionan, ofrecen una oportunidad única para equilibrar la necesidad de desarrollo con la protección del entorno natural. La tarea ahora es integrar estas herramientas de manera efectiva, garantizando que el turismo azul sea un motor de cambio positivo para las generaciones actuales y futuras.**

Además, Ocean Eye colabora con ONG y financia iniciativas que preservan los hábitats y fomentan prácticas sostenibles. Tolvanen explicó que este modelo no solo educa a las comunidades locales sobre el valor de la biodiversidad, sino que también genera datos valiosos para la gestión marina, mostrando cómo la tecnología puede ser un puente entre el desarrollo económico y la sostenibilidad.

La inteligencia artificial fue otro tema destacado. Aunque los ponentes coincidieron en que la IA actual depende de la calidad de su programación, su integración con los gemelos digitales promete revolucionar la capacidad de análisis predictivo. La IA ya desempeña un papel crucial en el análisis de grandes volúmenes de datos. Combinando conjuntos de datos diversos es capaz de generar soluciones más precisas para problemas complejos en la gestión de destinos costeros como anticipar flujos turísticos o desastres naturales.

Los gemelos digitales representan una oportunidad única para transformar el turismo azul, combinando innovación tecnológica con sostenibilidad ambiental y económica. Su capacidad para simular escenarios, prever riesgos y optimizar recursos permite a los destinos costeros adaptarse a los desafíos actuales, como el cambio climático y la presión turística. Sin embargo, los ponentes destacaron que el éxito de estas herramientas depende de su integración en un marco más amplio de colaboración y gobernanza. La estandarización de datos y la interoperabilidad son esenciales para que estas plataformas se conviertan en soluciones viables y accesibles a nivel global. Es imprescindible establecer estándares comunes que permitan la conexión entre modelos de datos de diferentes áreas, desde el turismo hasta la movilidad y la gestión hídrica.

Además, la adopción de gemelos digitales requiere un cambio cultural y organizacional. La tecnología debe ser vista no solo como una herramienta operativa, sino como un catalizador para fomentar la colaboración entre gobiernos, comunidades locales y empresas. A medida que los destinos turísticos adoptan esta tecnología, es crucial que las comunidades locales participen activamente en su desarrollo e implementación. Esto no solo garantizará que las soluciones se adapten a las necesidades específicas de cada territorio, sino que también fomentará un compromiso colectivo con la sostenibilidad. Los gemelos digitales, si se integran adecuadamente, tienen el potencial de liderar una nueva era en la gestión del turismo azul, equilibrando el desarrollo económico con la preservación de los ecosistemas para las generaciones futuras.





## 04 Tecnología

Enable Technology: Innovación Azul

## La Plataforma Inteligente de Destinos para Destinos Azules (PID)

### Moderador

#### John Mora

Vicepresidente de la Comisión de Smart Cities y Coordinador del GT de Turismo Inteligente de Ametic.

### Ponentes

#### Toni Pérez

Alcalde del Ayuntamiento de Benidorm.

#### Adrián Gómez Sola

CIO Turismo y Deporte Andalucía.

#### José Antonio González

Director de Inteligencia de Negocio de Innovasur.

El impacto de la digitalización en la industria turística española fue el centro del debate de esta mesa donde se analizaron los retos y oportunidades que representa la Plataforma Inteligente de Destinos para los destinos turísticos en el contexto actual.

Toni Pérez, Alcalde de Benidorm, inició el debate destacando la importancia de la interoperabilidad, un elemento esencial para la integración de datos en el ámbito turístico. La capacidad de compartir información entre sistemas permite a los destinos acceder a datos clave como movilidad, meteorología y afluencia turística. Esto no solo mejora la gestión municipal, sino también la experiencia del visitante, que disfruta de un entorno más fluido y personalizado.

En el caso de Benidorm, donde los picos de afluencia pueden superar los 400.000 visitantes en temporada alta, la plataforma busca no solo atraer más turistas, sino también garantizar que su experiencia sea ágil y satisfactoria. Su modelo es replicable en otros destinos que a priori no tengan los mismos condicionantes.

Desde Andalucía, Adrián Gómez compartió su experiencia liderando una oficina del dato que apuesta por transformar la toma de decisiones en turismo. El verdadero reto no radica en la cantidad de datos disponibles, sino en la capacidad de analizarlos y utilizarlos de manera eficiente para generar decisiones inteligentes. Como ejemplo, el uso de big data extraído de plataformas como Airbnb o portales de cruceros, que permite anticipar tendencias y ajustar la oferta turística a las demandas reales. Además, subrayó la importancia de facilitar el acceso a esta tecnología para pequeños municipios, evitando así su exclusión en esta revolución digital. «Si no actuamos rápido, podríamos borrar del mapa a pequeños destinos turísticos que no tienen los recursos para adaptarse a esta revolución digital».

### Conclusión

**La Plataforma Inteligente de Destinos promete revolucionar la gestión del turismo en España, permitiendo a los destinos turísticos afrontar los desafíos del siglo XXI y ofrecer una experiencia turística de calidad a los viajeros. La integración de datos, la interoperabilidad, la semántica y la inteligencia artificial, junto con un modelo de gobernanza colaborativa, son estrategias y herramientas clave para el éxito de la plataforma.**

Las diputaciones provinciales también juegan un papel crucial en esta transformación, especialmente para garantizar que los municipios más pequeños puedan beneficiarse de esta innovación tecnológica. La Plataforma Inteligente de Destinos busca democratizar el acceso a datos y herramientas, permitiendo a todos los destinos, independientemente de su tamaño, adaptarse a los retos del siglo XXI.

José Antonio González, representante de Innovasur, presentó un enfoque más técnico centrado en la semántica y la inteligencia artificial simbólica. «Hoy en día tenemos tantos datos que es difícil sacarles el valor real», explicó, y para ello, la semántica ofrece una solución al modelar el conocimiento y permitir que las máquinas comprendan el significado de los datos. Destacó el papel de la IA simbólica, una alternativa a la IA generativa. Mientras esta última opera en probabilidades, la IA simbólica trabaja con relaciones directas entre los datos, lo que la hace más adecuada para tomar decisiones basadas en contextos específicos. Además, Innovasur está desarrollando modelos de datos interoperables que integren conceptos clave como gemelos digitales y simulaciones predictivas.

Un punto de consenso entre los ponentes fue la necesidad de incorporar indicadores de sostenibilidad en la Plataforma Inteligente de Destinos. Esto permitirá gestionar los recursos de manera eficiente, minimizando el impacto ambiental y promoviendo un turismo responsable alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El moderador, John Mora, concluyó destacando que el desarrollo de tecnología aplicada al turismo en España no solo fortalece al sector nacional, sino que posiciona al país como líder global en soluciones inteligentes para la industria turística.





## 04 Tecnología

Enable Technology: Innovación Azul

## Blue Data Spaces: La Revolución de los Datos en la Economía Azul

### Moderador

#### Daniel Iglesias

Director de Investigación y Científico de Datos de NECSTouR.

### Ponentes

#### Ana Moniche

Directora de Proyectos Europeos y Redes Internacionales de Turismo Andaluz.

#### Dolores Ordóñez

Directora de AnySolution.

#### Jean Francois Cases

Vicepresidente Asociado y Asesor General de Amadeus.

#### Vlaho Margeretic

Asesor superior especialista en turismo.

La economía azul fue presentada como una herramienta clave para revitalizar los destinos turísticos europeos y fomentar su sostenibilidad. La Unión Europea impulsa activamente estrategias que integren datos para mejorar la gestión de recursos, fomentar la innovación y elevar la calidad de vida de los ciudadanos. En este contexto, los espacios de datos emergen como una solución vanguardista para promover la colaboración entre sectores clave como turismo, energía y movilidad, garantizando una gestión más eficiente y sostenible.

Dolores Ordóñez, representante de AnySolution, enfatizó que estos espacios no son simples plataformas de almacenamiento, sino ecosistemas integrados que facilitan el intercambio de información bajo un marco de gobernanza robusto que respeta la soberanía del dato. Como explicó Ordóñez, «la interoperabilidad entre sectores es esencial para maximizar el impacto de estas iniciativas».

Su proyecto europeo, con una inversión de 16 millones de euros, ejemplifica este enfoque mediante pilotos en regiones como Andalucía y Dubrovnik. Para profundir sobre unos de estos casos y como consultor especializado en turismo, Vlaho Margaretic, compartió ejemplos prácticos de estas prácticas implementadas en Dubrovnik, donde las políticas basadas en datos buscan equilibrar la relación entre residentes y visitantes, promoviendo la sostenibilidad ambiental. La clave está en transformar los datos en acciones concretas que beneficien tanto a los destinos como a las comunidades locales.

Desde una perspectiva empresarial, los beneficios de compartir datos entre actores diversos son considerables y concretos; «La tecnología de conectores estandarizados permite superar barreras tradicionales, promoviendo colaboraciones entre empresas de todos los tamaños y administraciones públicas», afirmó Cases. No obstante, advirtió sobre los retos inherentes a la gobernanza y la necesidad de garantizar la seguridad y confianza en estos procesos colaborativos.

### Conclusión

**La integración de datos de diferentes fuentes o formatos en la economía azul tiene el potencial de revolucionar el turismo europeo, promoviendo la sostenibilidad y la innovación. Los beneficios tangibles de esta estrategia, como la mejora en la gestión de recursos y la generación de nuevas oportunidades de negocio, ya están a nuestro alcance. Sin embargo, el éxito de estas iniciativas dependerá de la capacidad de los actores involucrados para superar los desafíos tecnológicos, legales y culturales.**

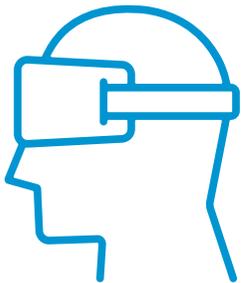
**El futuro del turismo sostenible estará intrínsecamente ligado a la habilidad de aprovechar el poder de los datos, convirtiéndolos en herramientas efectivas para la acción y el impacto positivo. La inclusión de todos los actores, desde pequeños municipios hasta grandes corporaciones, será esencial para construir un turismo europeo que sea competitivo, responsable y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.**

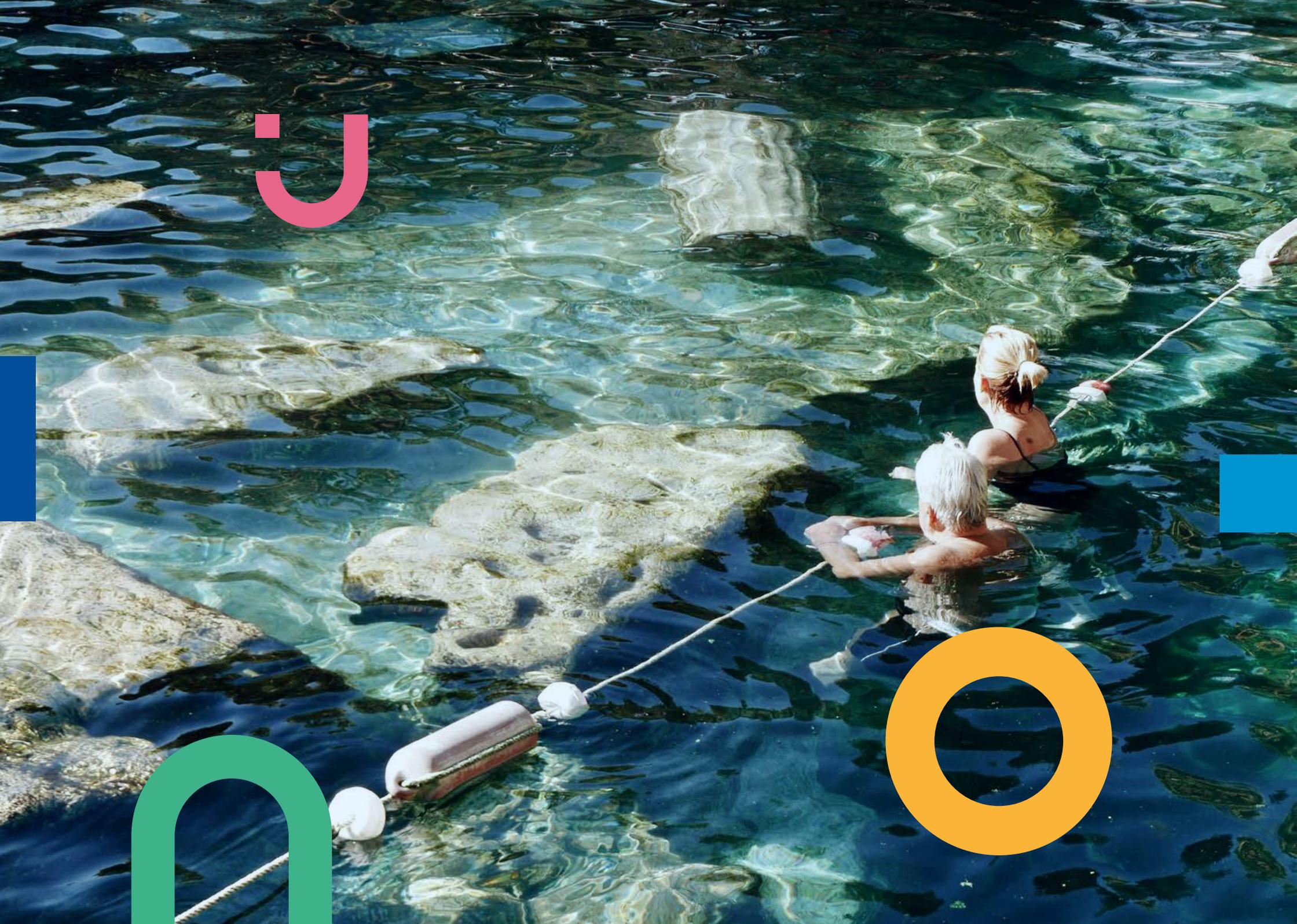
La importancia de convertir los datos en conocimiento práctico fue subrayado por Ana Moniche con ejemplos como el análisis de la capacidad de carga en Dubrovnik y la gestión de flujos turísticos en playas de alta concurrencia en Andalucía. Según Moniche, «es crucial integrar fuentes oficiales y no oficiales para desarrollar indicadores que guíen estrategias sostenibles y eficientes». También destacó la necesidad de formar a los actores involucrados para maximizar el impacto de estas iniciativas. Entre las iniciativas mencionadas se incluyen la monitorización de ecosistemas marinos y la mejora en la gestión de residuos, actividades que ilustran cómo la colaboración intersectorial puede impulsar un turismo responsable y sostenible.

A pesar de los avances, los ponentes coincidieron en que persisten retos significativos. La gobernanza, el alineamiento de intereses y la falta de estandarización tecnológica son obstáculos clave. Dolores Ordóñez señaló que muchas entidades aún no están preparadas para compartir datos, pero iniciativas como el Centro de Competencias Europeas buscan cerrar estas brechas ofreciendo formación y herramientas adaptadas.

Jean Francois Cases resaltó cómo la colaboración entre pequeños y grandes actores puede generar una imagen más completa y valiosa de las necesidades del sector turístico. «El turismo, al ser un sector transversal, requiere soluciones integrales que incluyan aspectos como la gestión del agua, la energía y los residuos», agregó.







U



O

n

05

## Las Experiencias Termales

El Dinamizador Azul contra la Despoblación

## 05 Las Experiencias Termales

### El Dinamizador Azul contra la Despoblación

#### Moderador

**Manuel Campos Velay**  
Vicepresidente 1º de la red de Villas Termales.  
Alcalde de Cuntis.

#### Ponente

**Catalina Herrero López**  
Alcaldesa de Fortuna  
(Región de Murcia).

El turismo termal presenta oportunidades y desafíos para ser un motor económico y una herramienta para combatir la despoblación en municipios pequeños. Los representantes de Fortuna, Catalina Herrero, y Cuntis, Manuel Campos, compartieron cómo sus villas termales han evolucionado de ser destinos de tratamientos curativos tradicionales a pasar a ser modelos más integrales que combinan salud, bienestar y desarrollo local. Este cambio no solo atrae a nuevos tipos de turistas, sino que es capaz de revitalizar la economía y el tejido social de sus comunidades.

Catalina resaltó la importancia del turismo termal como un dinamizador clave en su región. Situado en la pedanía de Los Baños de Fortuna, el balneario no solo es uno de los más reconocidos en España, sino que ha transformado la economía del municipio. Según Herrero, en los últimos diez años, Fortuna ha visto un aumento de 800 habitantes, un logro significativo en un contexto donde muchas zonas rurales enfrentan despoblación. Este crecimiento se debe en gran parte al atractivo del turismo termal, que ha fomentado la llegada de nuevos residentes, especialmente del norte de Europa, y emprendedores dispuestos a invertir en la región.

Por su parte, Manuel destacó cómo el balneario de Cuntis, el más grande de Galicia, representa el 40% de la economía municipal. Según Campos, el termalismo tiene un futuro prometedor dentro de la economía azul, pero es necesario adaptarse a los nuevos tiempos. Para ello, se debe ir más allá de los tradicionales programas del Inmerso y atraer a un público diverso que valore no solo los beneficios curativos, sino también la experiencia global que ofrecen los balnearios y sus entornos.

Ambos coincidieron en que la clave para el éxito del termalismo actual reside en la colaboración público-privada. En Murcia, los esfuerzos conjuntos han permitido restaurar el yacimiento romano original de los Baños de Fortuna, añadiendo valor cultural y turístico al balneario. Asimismo, la administración local ha mejorado las infraestructuras, como carreteras y transporte público, para garantizar un acceso

más cómodo a las instalaciones. En Cuntis, las inversiones también han estado orientadas a la conservación del patrimonio arqueológico, asegurando que el legado histórico de la villa siga siendo un atractivo para los visitantes.

Otro aspecto que se destacó fue la necesidad de desestacionalizar la oferta termal. Campos explicó que, aunque en Galicia muchos balnearios cierran durante meses, en Cuntis se ha logrado reducir este período al mínimo, manteniendo las instalaciones abiertas durante casi todo el año. Además, iniciativas como las visitas guiadas al entorno natural o la creación de sinergias con alojamientos rurales han sido fundamentales para diversificar la oferta y atraer a nuevos públicos.

Catalina Herrero subrayó la importancia de cambiar el foco y lo que el público entiende por la experiencia termal. Hoy en día, los balnearios de Fortuna reciben no solo a personas mayores que buscan tratamientos curativos, sino también a familias jóvenes y parejas que buscan desconectar, salir de una rutina estresante, y disfrutar de actividades complementarias, como rutas de senderismo o actividades deportivas.

En la discusión también se abordó la necesidad de integrar el termalismo en el Sistema Nacional de Salud, una práctica común en otros países europeos. Campos señaló que, en lugares como Francia o Alemania, los médicos pueden recetar visitas a balnearios como parte del tratamiento de salud. Este modelo podría ser replicado en España, fomentando una mayor valorización del termalismo como recurso terapéutico para los pacientes y económico para las comunidades donde se localizan los balnearios.

Finalmente, se destacó el papel del termalismo como motor de cohesión social y desarrollo sostenible. En Fortuna, por ejemplo, la colaboración con municipios vecinos ha permitido promover actividades conjuntas que enriquecen la experiencia turística, como eventos culturales y rutas en la Sierra de la Pila. En Cuntis, la recuperación del patrimonio histórico ha atraído a turistas interesados en la historia y la cultura local, añadiendo un nuevo atractivo a la oferta termal.

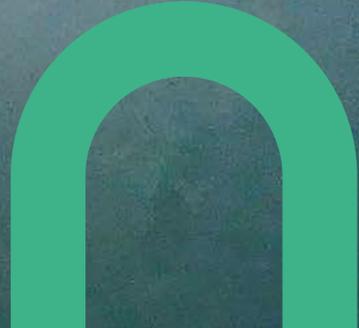
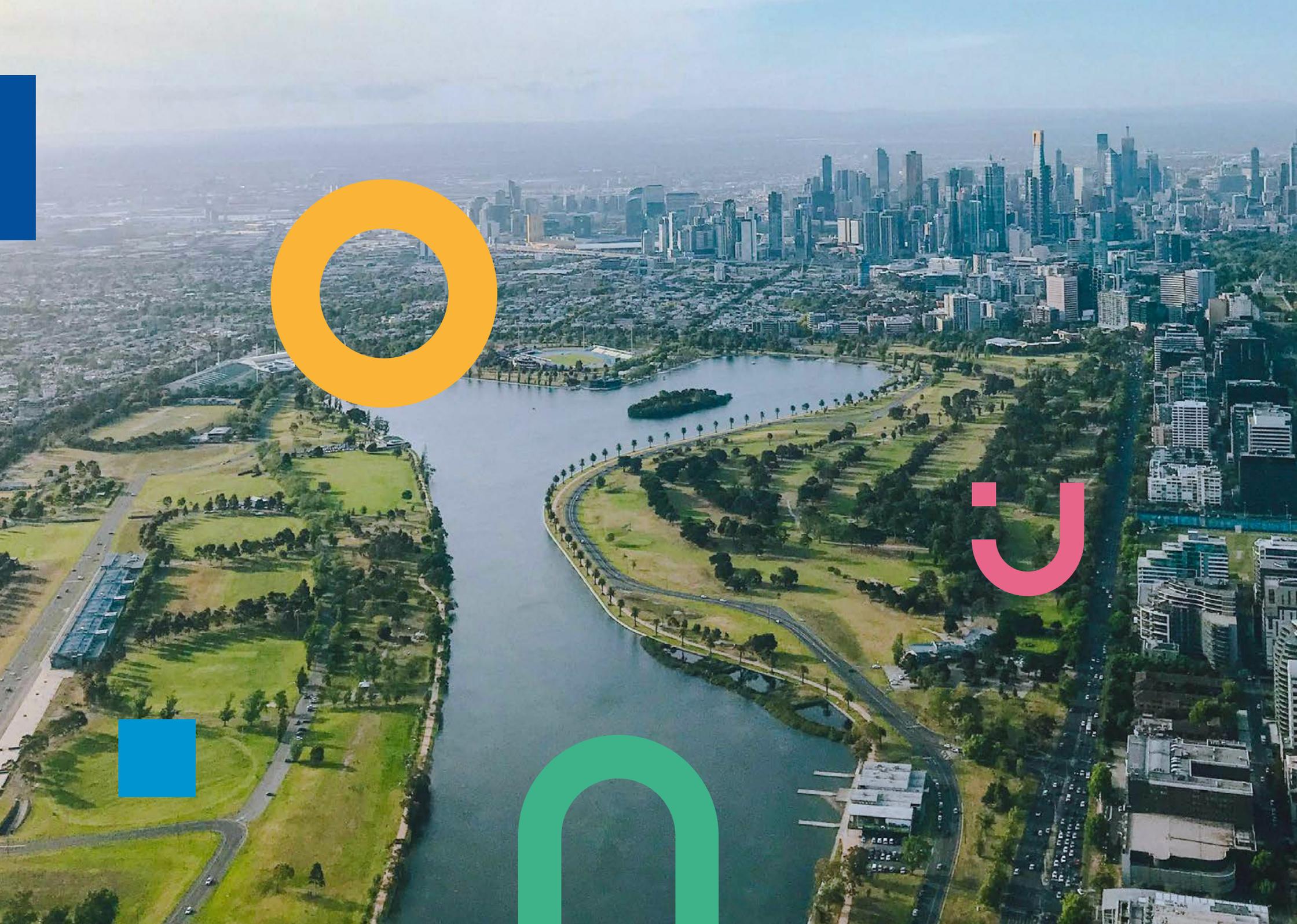


## Conclusión

El termalismo, lejos de ser un modelo anclado en el pasado, se perfila como una solución innovadora y sostenible para los desafíos del presente como la despoblación. En municipios como Fortuna (Murcia) y Cuntis (Pontevedra), esta actividad no solo ha revitalizado la economía local, sino que ha demostrado ser una herramienta eficaz para atraer población y afianzar a la existente. Gracias a esta diversificación, los balnearios han conseguido atraer a un público más diverso, consolidándose como destinos de bienestar, descanso y desconexión, además del destino terapéutico tradicional.

Por otro lado, la colaboración entre instituciones públicas y empresas privadas sigue siendo esencial para garantizar el éxito del turismo termal. Las inversiones en infraestructuras, la conservación del patrimonio y la creación de sinergias con otros sectores han demostrado ser estrategias clave para maximizar el impacto económico y social de esta actividad. Así, las villas termales no solo ofrecen salud y serenidad, sino también oportunidades de desarrollo sostenible que benefician tanto a sus habitantes como a sus visitantes.





06

## KEYNOTE

# Innovación y Sostenibilidad: El Futuro de los Destinos Inteligentes y la Economía Azul

## 06 KEYNOTE. Innovación y Sostenibilidad: El Futuro de los Destinos Inteligentes y la Economía Azul

### Ponentes

**Antonio López de Ávila**  
 Director de Innovación,  
 Educación e Inversión  
 en Turismo de la ONU.

**Stewart Sarkozy-  
 Banoczy**  
 Director General del  
 World Ocean Council.

Como cierre al primer día del congreso, asistimos a un keynote en una sala repleta donde se abordó cómo la tecnología y la colaboración pueden transformar la economía azul en una fuerza clave para el desarrollo sostenible.

Antonio López de Ávila destacó la importancia de colocar a las personas en el centro de las iniciativas sostenibles. Subrayó que «el motor de todo desarrollo es la gente, y nuestra misión es invertir en su educación para que puedan tomar decisiones responsables». Entre los temas tratados, se hizo hincapié en la necesidad de reducir las emisiones de CO<sup>2</sup> generadas por sectores clave del turismo, como el transporte y el alojamiento. «Debemos dirigir nuestras inversiones hacia proyectos e investigaciones que beneficien tanto al medio ambiente como a las comunidades locales», puntualizó López de Ávila.

Por su parte, Sarkozy-Banoczy subrayó el papel crucial de los datos en la construcción de soluciones para mitigar el impacto ambiental del turismo. «Los innovadores y emprendedores que trabajan con datos oceánicos y startups deben conectarse con grandes corporaciones, puertos y ciudades para maximizar el impacto positivo de sus iniciativas», afirmó. Además, enfatizó que los esfuerzos de colaboración deberían incluir sectores diversos, desde marinas hasta ferris y líneas de cruceros, para garantizar un impacto global en la economía azul.

Ambos ponentes coincidieron en que la tecnología es una herramienta fundamental para abordar los desafíos que enfrenta el turismo en su transición hacia la sostenibilidad. «El uso de inteligencia artificial y otras tecnologías avanzadas

nos permite recopilar y analizar datos para tomar decisiones basadas en evidencia, reduciendo así los impactos negativos y potenciando los positivos», explicó López de Ávila. En este sentido, mencionó iniciativas como la Acción Climática Universitaria y la Iniciativa Global de Plásticos en el Turismo, que buscan integrar tecnologías de punta para abordar problemas globales.

Otro punto clave fue la necesidad de democratizar los datos. Sarkozy-Banoczy propuso que los datos recopilados deberían ser compartidos de manera agregada para permitir su uso por diferentes actores. «Esto no solo aumenta la transparencia, sino que también permite identificar patrones y desarrollar soluciones innovadoras en beneficio de todos», destacó. Mencionó un ejemplo impactante: La capacidad de rastrear plásticos en el mar y determinar su origen, lo que ilustra cómo la tecnología puede transformar la forma en que abordamos problemas ambientales complejos.

El diálogo también resaltó la necesidad de unificar esfuerzos entre organismos internacionales, gobiernos y empresas privadas. López de Ávila sugirió que «los desafíos globales requieren soluciones globales, y esto solo se logra con la colaboración efectiva entre todos los sectores». Sarkozy-Banoczy agregó que «la educación y la conciencia pública son esenciales para involucrar a las comunidades en estas iniciativas y garantizar su éxito a largo plazo».

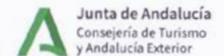
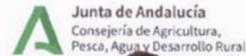
### Conclusión

**La conferencia puso de manifiesto que el futuro de los destinos inteligentes y la economía azul radica en la capacidad de innovar y colaborar. Con tecnología avanzada, educación y datos accesibles, es posible transformar el turismo en una fuerza sostenible que beneficie tanto al planeta como a sus habitantes. Sin embargo, para lograr este objetivo, es esencial superar las barreras de gobernanza, coordinar esfuerzos globales y comprometer a todos los actores involucrados en un compromiso común hacia la sostenibilidad.**





## Future Conversation Starter #1)



## Keynote Innovación y Sostenibilidad El Futuro de los Destinos Inteligentes



ANTONIO LÓPEZ DE ÁVILA  
DIRECTOR DE INNOVACIÓN, EDUCACIÓN  
E INVERSIÓN EN TURISMO DE LA ONU

STE...  
DIREC...



U



07

# Energía

Energías Renovables: Catalizadores de  
Cambio en la Economía Azul



07 **Energía**

Energías Renovables: Catalizadores de Cambio en la Economía Azul

## Desafíos y Oportunidades de las Energías Renovables y Tecnologías Limpias en Ambientes frente al Turismo

### Moderadora

#### Lucía Segura

Responsable del Servicio de la Delegación Territorial de Economía, Hacienda, Fondos Europeos y de Industria, Energía y Minas en Almería.

### Ponentes

#### Rocío López

Jefa de la División de Medio Ambiente en Puerto de Huelva.

#### José María Arrúa

Ministro de Turismo de Misiones.

#### Pedro Mayorga

CEO en Enerocean.

#### Beñat Sanz

Responsable Energías Marinas en APPA Renovables.

Las energías renovables y las tecnologías limpias están transformando la manera en que se aborda el desarrollo turístico en entornos naturales. La necesidad de descarbonizar la economía ha impulsado proyectos de energías sostenibles, como la instalación de paneles solares, parques eólicos y sistemas de electrificación en puertos, que buscan reducir las emisiones y minimizar el impacto ambiental. Sin embargo, estos proyectos también plantean retos, especialmente en áreas naturales protegidas o en sectores como la pesca y el turismo, donde es crucial alcanzar una coexistencia equilibrada.

Rocío López, del Puerto de Huelva, explicó cómo los puertos son actores clave en la transición energética. Al ser grandes comunidades donde convergen actividades industriales, logísticas y turísticas, los puertos tienen la responsabilidad de electrificar sus operaciones y fomentar el uso de energías renovables y combustibles sostenibles. En el caso de Huelva, el puerto está desarrollando una hoja de ruta para convertirse en un referente en el suministro de combustibles alternativos para barcos. Para ello se debe de realizar una gran inversión para el bunkering de este combustible, que dependerá de la colaboración público-privada. Según López, esta transformación no solo reducirá las emisiones de gases y ruido, sino que también permitirá reutilizar productos verdes y generar nuevos empleos en la región.

Pedro Mayorga destacó el potencial de la energía eólica marina como una solución innovadora y aún poco explotada en España. Según Mayorga, este tipo de energía, especialmente en su modalidad flotante, tiene un impacto ambiental positivo al fomentar la regeneración de los ecosistemas marinos y crear nuevas zonas de pesca. Aunque existen suelen existir reticencias iniciales, en las comunidades donde

se implanta, debido al impacto visual de los aerogeneradores, ejemplos como los de Canarias han demostrado que los turistas valoran estas iniciativas como un compromiso ambiental. Además, esta tecnología podría generar energía para abastecer desaladoras y contribuir a la producción de agua potable, convirtiendo los parques eólicos en una solución integral para las necesidades energéticas y sociales.

Desde una perspectiva más estratégica, Beñat Sanz subrayó que España, con sus 8.000 km de costa, tiene un enorme potencial para liderar el desarrollo de energías renovables marinas. Sin embargo, señaló que es fundamental sensibilizar a las comunidades locales y sectores como la pesca y el turismo para garantizar su integración. Según Sanz, la administración española ya está trabajando en un marco normativo robusto que permitirá licitaciones y concursos en 2025, abriendo la puerta a proyectos innovadores y sostenibles. «El reto es convencer, mostrar ejemplos exitosos y hacer partícipes a las comunidades desde el principio», afirmó.

Por su parte, José María Arrúa destacó cómo las energías renovables pueden transformar el turismo en regiones como Misiones, Argentina. Desde iniciativas como el uso de trenes eléctricos en parques nacionales, para acceder a lugares a los que antes eran imposible debido al impacto que los medios de transporte con combustible fósil generaban, hasta la instalación de paneles solares en áreas remotas, estas tecnologías permiten ofrecer experiencias de lujo en entornos naturales sin alterar su equilibrio ecológico. Arrúa enfatizó que el nuevo lujo radica en convivir con la naturaleza de manera sostenible, y que tanto las políticas públicas como los incentivos fiscales son herramientas clave para inspirar al sector privado a adoptar estas prácticas.

### Conclusión

Las energías renovables están abriendo nuevas oportunidades para integrar la sostenibilidad en el sector turístico. Desde la electrificación de puertos hasta la eólica marina y los proyectos en áreas remotas, estas tecnologías no solo reducen las emisiones, sino que también generan empleo y fortalecen las economías locales. Además, ofrecen soluciones innovadoras para acceder a entornos naturales de manera respetuosa y sostenible, como la producción de energía para desaladoras o el suministro eléctrico en parques nacionales.

Sin embargo, la clave del éxito radica en la educación y sensibilización de las comunidades locales. La coexistencia entre energías renovables, turismo y pesca depende de una comunicación eficaz y de la participación activa de los afectados, responder a sus dudas y escuchar e implementar sus propuestas. A medida que España avanza en la implementación de estas tecnologías, los ejemplos internacionales y las inversiones en investigación y desarrollo serán fundamentales para garantizar una transición justa y beneficiosa para todos.



**Desafíos y Oportunidad Energías Renovables y Turismo Limpio en Ambientes**

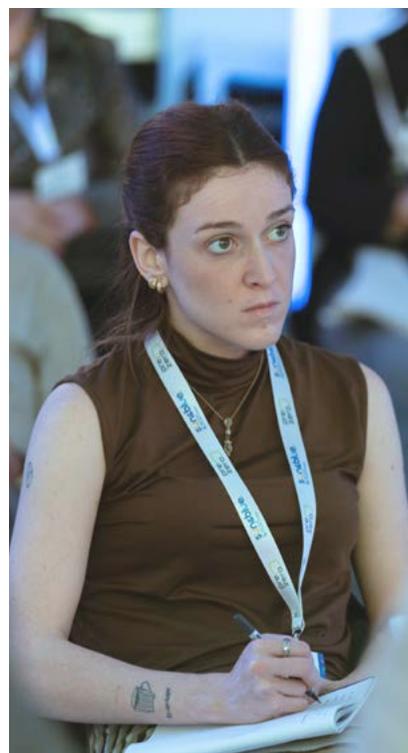
**Lucía Segura (Moderadora)**  
Responsable del Servicio de la Delegación de Economía, Hacienda, Fondos Europeos, Energía y Minas en Almería

**Rocío López**  
Jefa de la División de Medio Ambiente en

**Pedro Mayorga**  
CEO en Enercocean

**Bañat Sanz**  
Responsable Energías Marinas en AP

**José María Arrúa**  
Ministro de Turismo de Mis



07 **Energía**

Energías Renovables: Catalizadores de Cambio en la Economía Azul

## Ejemplos Actuales y Mejores Prácticas en la Integración de Energías Renovables

### Moderadora

#### **Nagore Urisandi Espinosa**

Directora y Fundadora de IN2DESTINATION Research and Consultancy.

### Ponentes

#### **Xavier Font**

Subdirector general de Desarrollo Turístico Territorial de la Generalitat de Catalunya.

#### **Walter Vassallo**

Fundador en Blue Marina Awards.

#### **Jesús Parrilla**

Ingeniero y Socio CoFundador en Albedo Solar SL.

Según Xavier Font, el sector turístico es un sistema complejo que incluye alojamientos, servicios de guías, transporte y otros elementos. La Generalitat de Cataluña está invirtiendo 27 millones de euros para que los alojamientos turísticos sean más eficientes energéticamente. Esto se debe a la emergencia climática y a la necesidad de mitigar el cambio climático. Europa está pidiendo al sector turístico que contribuya a la sostenibilidad medioambiental. La Generalitat de Cataluña ha adoptado un compromiso nacional por un turismo responsable, que incluye la reducción de la huella de carbono y la eficiencia energética.

Se han creado ayudas para mejorar la eficiencia energética de los alojamientos turísticos, con un objetivo de reducción del 30% del consumo energético. Estas ayudas se han dirigido principalmente a pequeñas empresas, ya que el 90% del sector turístico español está formado por pymes. Catalunya y Baleares son las únicas comunidades con tasa turística, y ese dinero va a un fondo que se reinvierte, por ejemplo en eficiencia hídrica y también en los hoteles que son el sujeto pasivo.

Jesús Parrilla contó que las empresas de Andalucía están trabajando en la integración de energías renovables en el sector turístico, utilizando tecnologías como la aerotermia, la geotermia y la energía solar fotovoltaica. Se están utilizando certificados de ahorro energético para incentivar la modernización de las instalaciones. Es importante concienciar al sector turístico sobre la necesidad de la eficiencia energética y la sostenibilidad, así como al visitante, para que comprenda los beneficios de estas medidas. Las comunidades energéticas son una solución para la integración de energías renovables en el sector turístico, pero aún existen barreras legales y tecnológicas.

### Conclusión

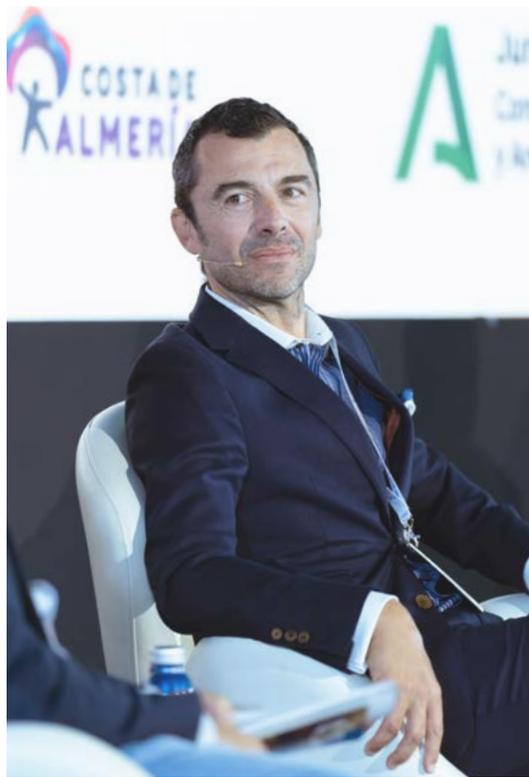
Se ha destacado la necesidad de que puertos y marinas integren la sostenibilidad más allá de sus instalaciones, ofreciendo servicios como puntos de recarga eléctrica. Han subrayado la importancia de involucrar tanto a empresarios como a usuarios en la sostenibilidad, fomentando la economía circular y la reducción de consumo. Se han presentado ejemplos de inversión en digitalización, separación de residuos y energías renovables más estéticas y eficientes, como en Catalunya y Baleares.

Las experiencias turísticas sostenibles son la punta de lanza para la concienciación del público sobre la importancia de la sostenibilidad. Los datos muestran que los turistas consumen más durante sus viajes, pero esto está cambiando debido a la concienciación sobre el cambio climático y la necesidad de viajes más sostenibles. La integración de las energías renovables en el sector turístico ya que el sector turístico es responsable del 8% de las emisiones de dióxido de carbono del planeta y que los turistas cada vez valoran más los establecimientos sostenibles. También habla sobre los desafíos de integrar las energías renovables en los edificios turísticos, como la relación entre la potencia instalada y la superficie del edificio.

Walter Vassallo dice que ellos evalúan y valoran los puertos turísticos con más de 70 parámetros con indicadores como innovación y sostenibilidad no solo energética. La idea es ofrecer apoyo a estos puertos para que se integren mejor y sean puerta de entrada al turismo sostenible, afirma que no se puede permitir que las marinas sean un aparcamiento para barcos simplemente. Incide en que hay que reducir la huella de carbono y en la necesidad de un cambio de mentalidad, y que las administraciones entiendan y apoyen esto.

Habla sobre la importancia de comunicar los esfuerzos que se están haciendo para ser más sostenibles y que es importante involucrar al visitante en la conciencia medioambiental y que se pueden utilizar juegos y premios para incentivar a los turistas a consumir menos energía. También habla sobre la importancia de las comunidades energéticas y de la necesidad de que el sector turístico sea más sostenible en general. Hay que generar valor añadido para el turismo sostenible y para el territorio, ser capaces de producir energía verde, estaciones eléctricas para recarga de motos, bicis, no solo barcos. Que las marinas sean patrimonio cultural.





07 **Energía**

Energías Renovables: Catalizadores de Cambio en la Economía Azul

## Visiones Futuras: Impulsando la Innovación y Proyectos de Energía Sostenible en Turismo

## Moderador

**Jeremie Fosse**

Director de Eco-union.

## Ponentes

**Alfredo Alcaide**

Ingeniero y doctor por la Universidad de Almería.

**Sergio Maciel**

Director General de Estadística y Estudio de Mercado del Ministerio de Turismo de Misiones.

**Ximo Masip**

Co-Founder, Director de Negocio &amp; Proyectos en ImpactE.

Jeremy introduce la sesión, destacando la importancia de la energía renovable sostenible para la sostenibilidad del turismo. Menciona la huella ecológica del uso de energía, incluyendo las emisiones de CO<sup>2</sup> y el impacto en la biodiversidad. Habla de la necesidad de innovación social para responder a los retos del cambio climático y destaca la importancia de la planificación, la inversión y la aceptación social para la implementación de proyectos de energía renovable. Enfatiza la necesidad de acompañar a los actores que necesitan apoyo para la transición hacia la energía renovable.

Alfredo Alcaide presenta su trabajo en la Universidad de Almería, centrándose en proyectos de visualización marina y energías renovables. Apunta a unir tecnología y sostenibilidad en ambientes marinos. Explica cómo se puede mejorar el impacto social de las instalaciones renovables, por ejemplo, creando empleo local y propone la idea de plataformas marinas eólicas que también sirvan como centros de interpretación y observación marina, uniendo la energía renovable con el turismo.

Menciona la importancia por tanto de un doble uso de las instalaciones renovables para favorecer su aceptación social, afirmando que este tipo de proyectos, aunque hoy parezcan ciencia ficción, ya se están implementando en algunas zonas del mundo.

Sergio Maciel se encargó de presentar la provincia de Misiones en Argentina, destacando su compromiso con la sostenibilidad y las energías renovables. Describe el ecosistema del conocimiento en Misiones, que incluye escuelas de robótica, innovación y TIC, y el Silicon Misiones, un centro de innovación alimentado por energía solar. Menciona las principales actividades económicas de Misiones: Forestal, agrícola y turística. Explica cómo se utiliza la biomasa de residuos forestales para generar energía en la provincia y habla de la agricultura sostenible en Misiones, con el uso de fertilizantes orgánicos para la producción de alimentos para el turismo.

**Conclusión**

La sesión destaca la importancia de la energía renovable sostenible para la sostenibilidad del turismo. Se ha destacado la prioridad de la descarbonización y el doble uso de instalaciones energéticas, como convertir molinos marinos en atracciones turísticas. Han coincidido en implicar a la ciudadanía mediante proyectos disruptivos que generen demanda, conectando ciencia con sociedad. También han subrayado la importancia del turismo para la población local y la necesidad de formación desde edades tempranas.

Se reconoce la necesidad de un cambio de mentalidad y de colaboración entre diferentes actores para lograr la transición energética. Se reconoce que la transición energética es un proceso complejo que requiere de tiempo, inversión y compromiso.

Menciona la dificultad de implementar proyectos eólicos o fotovoltaicos en algunas zonas profundas de la selva debido a la biodiversidad y la necesidad de desmonte que en algunos de esos puntos es inabordable. Destaca la importancia de la educación para la sostenibilidad y la capacitación de la población local.

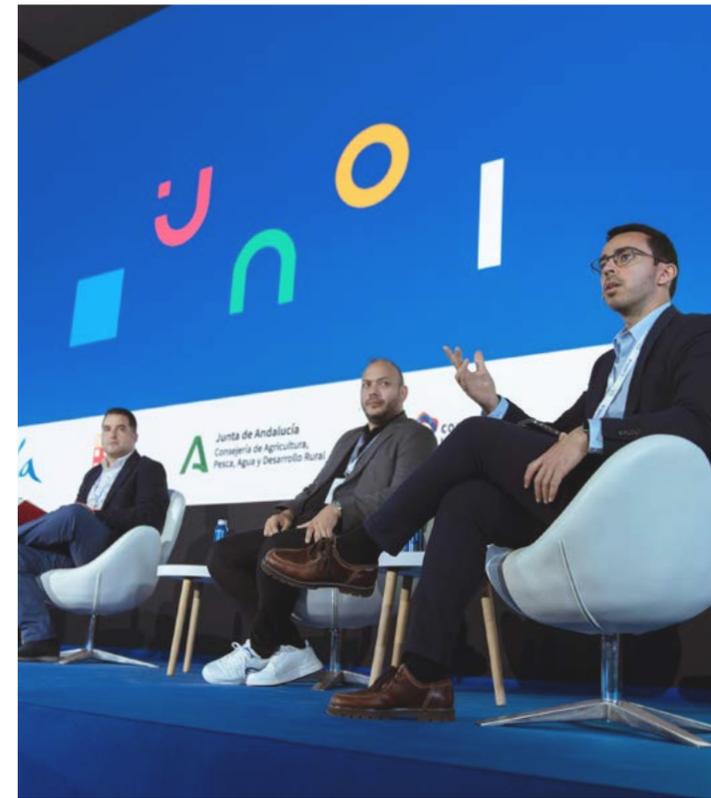
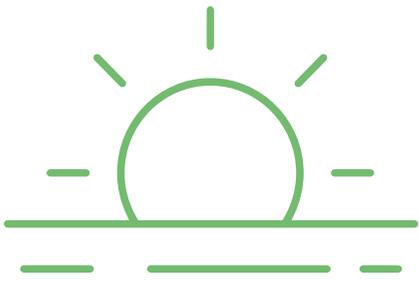
Ximo Massip presenta la empresa ImpactE, que busca facilitar la transición energética en las ciudades y empoderar a la ciudadanía. Afirma que la transición energética es un problema social más que técnico, y que las ciudades deben predicar con el ejemplo antes de pedirle a la ciudadanía que se sume. Describe las herramientas que ImpactE ofrece para facilitar la toma de decisiones en la transición energética, como un mapa interactivo para evaluar el potencial fotovoltaico de las viviendas y también la importancia de las comunidades energéticas para fomentar el autoconsumo colectivo.

Explica cómo la transición energética es crucial para el sector turístico, que se ve afectado por el cambio climático y las demandas de los turistas por la sostenibilidad y da ejemplos de cómo se pueden integrar las energías renovables en el turismo, como el autoconsumo colectivo en viviendas estacionales.

Al final de la mesa se abrió un debate sobre la necesidad de reducir el consumo energético para lograr la transición energética, y la dificultad de sustituir completamente los combustibles fósiles.

Se destacó la importancia de la innovación social y la colaboración entre el sector público, la ciudadanía y las empresas para lograr la transición energética, mencionando ejemplos de buenas prácticas en Misiones y en España para integrar la energía renovable en el turismo y se habla de la importancia de la tecnología, como el hidrógeno y las baterías, para avanzar en la descarbonización de la economía.







08

# Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para  
Costas y Playas Sostenibles



## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Guardianes del Litoral: Prácticas Pioneras para Costas Sostenibles

### Moderadora

**Amia Rodríguez Sola**  
CEO de Gravity Wave.

### Ponentes

**Karlos Simón**  
CEO en Karlos Simón Viajes y Expediciones.

**Robin Degron**  
Director de Plan Bleu (ONU Medio Ambiente).

**Emmi Lindqvist**  
Asistente al Programa de Biodiversidad Marina y Economía Azul en UICN.

**Juan Antonio Amengual**  
Alcalde del Ayuntamiento de Calviá.

**Mercedes Pardo**  
CEO en Instituto Marítimo Español.

Un tema recurrente en la mesa redonda fue la necesidad de unir fuerzas entre actores públicos, privados y comunitarios. Amelia Rodríguez, cofundadora de Gravity Wave, destacó que la protección de los ecosistemas marinos sólo puede lograrse mediante la coordinación efectiva entre gobiernos, ONGs, empresas locales y comunidades costeras.

Esta visión fue compartida por Juan Antonio Mengual, quien presentó iniciativas concretas implementadas en Calviá, como la gestión sostenible de la posidonia, la reutilización de aguas residuales y la reducción de microplásticos en las playas. Estas acciones no solo han mejorado el entorno marino, sino que también han fortalecido la economía local al atraer un turismo más consciente y responsable. Estas iniciativas son ejemplos inspiradores de cómo abordar los desafíos ambientales de manera efectiva y demostrando que es posible lograr un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en la economía local.

El cambio climático representa uno de los mayores retos para las costas a nivel global. Es fundamental adoptar medidas integradas que combinen mitigación, adaptación y restauración de hábitats como manglares y arrecifes de coral para reducir la vulnerabilidad de las costas. Mortimer alertó sobre los efectos del aumento del nivel del mar y la erosión costera, que amenazan tanto la biodiversidad marina como las infraestructuras y los medios de vida de las comunidades.

Un aspecto clave del debate fue el rol de las tecnologías avanzadas en la gestión costera. Sistemas de monitoreo para evaluar impactos ambientales, junto con soluciones para restaurar ecosistemas degradados, fueron presentados como herramientas indispensables.

### Conclusión

**La sostenibilidad costera no solo es un imperativo ambiental, sino también una oportunidad para transformar la relación entre las personas y el entorno marino. La colaboración entre gobiernos, empresas, ONGs y comunidades locales será esencial para implementar soluciones integrales y adaptativas que respondan a las necesidades actuales. El futuro de las costas depende de la acción conjunta y sostenida de todos los actores involucrados. La educación, la innovación tecnológica y la colaboración intersectorial son las herramientas que permitirán construir costas más resilientes, saludables y sostenibles.**

En Calviá, la implementación de tecnologías para tratar aguas residuales ha mejorado la calidad del agua, mientras que la reutilización de la posidonia ha demostrado cómo convertir un reto en una oportunidad.

Mercedes Pardo subrayó la importancia de la educación para fomentar un cambio cultural hacia la sostenibilidad costera. «La formación de las nuevas generaciones en prácticas responsables es fundamental para garantizar la preservación de nuestros ecosistemas marinos», afirmó. Este esfuerzo educativo debe integrarse en todos los niveles, desde escuelas hasta programas de formación profesional y campañas públicas.

Además, la sensibilización de los turistas desempeña un papel crucial. Un visitante informado es más propenso a adoptar comportamientos responsables, como evitar dañar los ecosistemas o apoyar iniciativas locales de conservación. Este enfoque puede generar un ciclo virtuoso donde residentes y visitantes trabajen juntos para proteger el medio ambiente.

A pesar de los avances, persisten importantes desafíos. La falta de financiación suficiente, la limitada capacidad técnica en algunas comunidades costeras y la necesidad de mejorar la coordinación entre niveles de gobierno son barreras que deben superarse. Sin embargo, también existen oportunidades significativas, como el acceso a fondos internacionales, el uso de nuevas tecnologías y el creciente interés del sector privado por la sostenibilidad.





## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Tecnología Azul: Revolucionando la Gestión de Destinos Costeros

### Moderador

**Álvaro Carrillo de Albornoz**  
 Director de ITH (Instituto Tecnológico Hotelero).

### Ponentes

**Michele Colavito**  
 Director Clúster de Tourism Clust-ER.

**Ignacio Llopis**  
 Director de IoTsens.

**Alexandre Pereira**  
 Secretario Municipal do Turismo de Fortaleza.

**Verónica Gutiérrez**  
 Directora General de Innovación, Transformación Digital y Modernización del Ayuntamiento de Santander.

El concepto de *Tecnología Azul* trasciende la gestión turística, abarcando áreas como la gestión de residuos, la eficiencia energética y la infraestructura urbana. Este enfoque integral no solo beneficia a los turistas, sino que también mejora las condiciones de vida de los residentes y protege el entorno natural. Ejemplos concretos incluyen el proyecto de playa accesible en Fortaleza, Brasil, y las redes de sensorización en Castellón, España, que han demostrado el impacto positivo de estas tecnologías.

En Brasil, Fortaleza destaca con su sistema de inteligencia turística y su laboratorio de innovación, que promueven un modelo de turismo sostenible e inclusivo. Con una población de 2,5 millones, esta ciudad enfrenta desafíos como la gestión de residuos y la falta de acceso al crédito, pero ha logrado avances significativos mediante estrategias basadas en datos.

Por su parte, Santander se ha convertido en un referente en España al integrar datos de sensores urbanos y plataformas digitales desde 2010. Esta ciudad ha optimizado servicios públicos y ofrecido experiencias personalizadas a los visitantes, además de implementar el Plan de Sostenibilidad Turística Santander Norte Litoral, que distribuye de manera equitativa los flujos turísticos y mide la huella de carbono para minimizar el impacto ambiental.

La *Tecnología Azul* también impulsa la inclusión social. En Benidorm, por ejemplo, la instalación de contadores inteligentes en hogares de personas mayores ha mejorado su seguridad y calidad de vida. Alexandre Pereira, representante de Fortaleza, resaltó la importancia de involucrar a las comunidades locales en el diseño y ejecución de proyectos turísticos. Este enfoque no solo genera empleo y mejora la calidad de vida, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y protección hacia el entorno, demostrando cómo la tecnología puede ser una herramienta poderosa para atender necesidades sociales y promover la equidad.

### Conclusión

**El éxito de esta revolución depende del compromiso conjunto de gobiernos, empresas y comunidades locales. Es esencial garantizar la financiación a largo plazo, fomentar modelos de colaboración público-privada y educar a todos los actores involucrados sobre la importancia de esta transformación digital. El futuro del turismo costero será definido por la capacidad de integrar tecnología con prácticas sostenibles e inclusivas. Los destinos que adopten este modelo estarán mejor posicionados para afrontar los retos del siglo XXI, consolidándose como referentes de competitividad y resiliencia en un entorno turístico en constante evolución.**

Ignacio Llopis, de IoTsens, destacó que la recopilación y el análisis de datos son pilares esenciales de esta transformación. Herramientas como sensores para monitorear flujos turísticos o gestionar recursos de manera eficiente permiten diseñar estrategias adaptadas a las necesidades del mercado. Sin embargo, Llopis también subrayó que el éxito de estas iniciativas depende de un cambio cultural en las administraciones y el sector turístico, promoviendo la adopción de herramientas digitales y reconociendo el valor estratégico de los datos.

Uno de los mayores retos para la implementación de la *Tecnología Azul* es la financiación. Proyectos apoyados por fondos europeos, como Horizonte Europa y FEDER, han sido cruciales para impulsar esta transformación. Sin embargo, la sostenibilidad a largo plazo de estas iniciativas depende de modelos de colaboración público-privada y de una mayor concienciación sobre la importancia de invertir en tecnología y sostenibilidad.

Michele Colavito, de Tourism Clust-ER, destacó que la colaboración entre sectores es indispensable para garantizar la viabilidad de estos proyectos. Además, enfatizó la necesidad de una visión compartida que trascienda los intereses individuales y promueva el bien común, integrando tecnología y sostenibilidad en cada etapa de la gestión turística. El turismo sostenible implica no solo preservar el entorno natural, sino también distribuir los beneficios de manera equitativa.

Verónica Gutiérrez, del Ayuntamiento de Santander, compartió cómo el Plan de Sostenibilidad Turística ha fomentado rutas menos conocidas, promoviendo una desconcentración de los flujos turísticos. Este enfoque reduce la presión sobre los puntos más populares y permite a los visitantes disfrutar de experiencias únicas, contribuyendo al desarrollo de comunidades locales.

La *Tecnología Azul* representa una oportunidad única para transformar la gestión de destinos costeros, integrando tecnología, sostenibilidad e inclusión social. Sus beneficios son claros: Mejora de la experiencia turística, optimización de recursos, preservación del medio ambiente y mejora de la calidad de vida de los residentes.





## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Normalización y Calidad en Playas

### Moderadora

#### Inmaculada Benito

Directora del Departamento de Turismo, Cultura y Deporte de CEOE.

### Ponentes

#### Natalia Ortiz

Responsable de Turismo en UNE (Asociación Española de Normalización).

#### José Palacios

Presidente de ADEAC.

#### Daniel Schaffer

CEO en Foundation for Environmental Education.

#### Miguel Mirones

Presidente de ICTE.

#### Sacramento Sánchez

Primera Teniente de Alcalde de Ayto. de Almería. Concejala Delegada de área de Obras Públicas, Mantenimiento, Accesibilidad y Economía Azul.

La discusión giró en torno a cómo las herramientas de normalización pueden garantizar la calidad, seguridad y sostenibilidad de las playas, al tiempo que fomentan un turismo competitivo y responsable. Según los expertos, la normalización facilita una gestión eficiente y homogénea que responde tanto a las exigencias medioambientales como a las expectativas de los turistas. Esta visión fue respaldada por representantes del sector, quienes destacaron que las normas benefician a todas las partes interesadas, desde administraciones públicas hasta empresas y usuarios.

Durante el evento, se destacó el distintivo Bandera Azul como un modelo ejemplar que certifica altos estándares en accesibilidad, seguridad y calidad ambiental. Este símbolo, reconocido a nivel mundial, se ha consolidado como una referencia en la sostenibilidad turística. Además de garantizar el cumplimiento de criterios exigentes, fomenta la educación ambiental y promueve la implicación de las comunidades locales en la protección de los recursos naturales. Este enfoque no solo mejora la competitividad de las playas certificadas, sino que también refuerza la confianza de un público cada vez más consciente del impacto de sus decisiones.

La colaboración entre administraciones públicas, empresas privadas y ciudadanos fue otro de los puntos centrales abordados. La necesidad de unificar criterios para evitar la proliferación de sellos y certificaciones que puedan generar confusión entre los turistas fue destacada por los ponentes. Las iniciativas en desarrollo, como la norma UNE de sostenibilidad y la marca «S», fueron señaladas como herramientas para posicionar a España como líder en turismo sostenible. Asimismo, se destacó la adopción de estándares internacionales como las certificaciones ISO, las cuales aportan credibilidad y refuerzan la competitividad de los destinos costeros en el mercado global.

### Conclusión

**Apostar por la normalización, la certificación y la implicación comunitaria posiciona a España como un referente en sostenibilidad turística y garantiza que sus playas sigan siendo un recurso valioso y respetado para las generaciones futuras. Este enfoque no solo asegura la competitividad de los destinos españoles en el mercado global, sino que también refuerza el compromiso del sector con un desarrollo respetuoso y equilibrado.**

Otro aspecto clave fue la importancia de la educación y la sensibilización como elementos transformadores para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. Involucrar tanto a las comunidades locales como a los turistas en la protección de los ecosistemas costeros es esencial para asegurar el éxito de las iniciativas sostenibles. Este enfoque educativo fomenta un turismo más consciente y responsable, creando una sinergia positiva entre los residentes y los visitantes para la preservación de los recursos naturales. La implicación activa de los ciudadanos y la formación en prácticas sostenibles constituyen pasos imprescindibles hacia un modelo de desarrollo turístico equilibrado.

Los ponentes subrayaron la necesidad de adoptar prácticas responsables, sostenibles y colaborativas para garantizar el futuro del turismo costero. La normalización se consolida como un eje estratégico, proporcionando un marco claro y accesible para cumplir con los altos estándares de calidad y sostenibilidad que demandan los turistas y la sociedad. Paralelamente, las certificaciones como la Bandera Azul y la norma UNE refuerzan la confianza y la transparencia, diferenciando a las playas que apuestan por la excelencia en gestión ambiental y servicios.

La gobernanza colaborativa también se presenta como una pieza fundamental para implementar estrategias exitosas. La implicación conjunta de gobiernos, empresas y ciudadanos es clave para responder a los desafíos ambientales y garantizar un impacto positivo en las comunidades locales. En este sentido, la educación y la sensibilización desempeñan un papel crucial, promoviendo un cambio cultural hacia prácticas más sostenibles y responsables.





## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Planes de Seguridad y Salvamento en Playas

### Moderadora

#### Virginia Yuste

Coordinadora del Programa Bandera Azul de ADEAC (Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor).

### Ponentes

#### José Luis Rodríguez

Concejal de Seguridad del Ayuntamiento de San Martín de Valdeiglesias.

#### Antonio Pacheco

Inspector responsable de Playas en Policía Local de Sagunto.

#### José Archer

Presidente de ABAAE (Educação Ambiental para a Sustentabilidade).

#### Miguel Méndez

Asesor del Área de Playas del Ayuntamiento de Málaga.

Uno de los temas centrales fue el uso de cuadros de evaluación y control de riesgos en las playas con Bandera Azul. Miguel Méndez explicó que cada municipio debe presentar un análisis detallado de los riesgos asociados a sus playas, clasificándolos en niveles de probabilidad y severidad que van desde insignificante hasta catastrófico. Esta metodología permite identificar intervenciones necesarias y establecer medidas de prevención, como la colocación de torretas de vigilancia y la implementación de sistemas de aviso ante riesgos climáticos.

Este enfoque también ayuda a combatir la falsa percepción de seguridad que muchos bañistas tienen al visitar playas con Bandera Azul. Aunque una playa esté bien equipada, siempre hay riesgos inherentes al mar que no se deben subestimar.

Antonio Pacheco destacó el uso de tecnologías innovadoras en la vigilancia costera. En San Martín de Valdeiglesias, por ejemplo, el uso de drones de rescate ha revolucionado las operaciones de socorrismo. Estos dispositivos permiten respuestas más rápidas ante emergencias y complementan el trabajo de los socorristas. Además, los municipios han comenzado a implementar motos acuáticas, que han demostrado ser más eficientes que las embarcaciones tradicionales en situaciones críticas.

Pacheco también mencionó la necesidad de educar a los usuarios sobre las tecnologías disponibles y las señales de advertencia. «La información es una herramienta poderosa para prevenir incidentes», afirmó, sugiriendo que se podrían enviar alertas en tiempo real a los móviles de los bañistas sobre condiciones peligrosas del mar.

### Conclusión

**Hay que fortalecer las políticas de seguridad costera mediante la innovación, la colaboración interinstitucional y la educación. La presencia de socorristas capacitados y equipamiento avanzado, junto con estrategias de concienciación pública, son pilares para garantizar la seguridad en las playas con Bandera Azul.**

**El compromiso de los gobiernos locales, las entidades públicas y privadas, y las comunidades es esencial para construir un modelo de turismo costero seguro, sostenible e inclusivo, que priorice la protección de los usuarios y los recursos naturales.**

La colaboración entre diferentes entidades fue otro punto destacado en la mesa. José Luis Rodríguez compartió cómo su municipio, con apoyo de la Comunidad de Madrid, ha logrado mantener un plan de vigilancia efectivo en la playa Virgen de la Nueva. «Sin la colaboración del SUMA 112 y la Cruz Roja, no podríamos garantizar un servicio de calidad para nuestros visitantes», aseguró.

Además, José Archer explicó cómo la coordinación entre la Policía Local y los guardavidas ha permitido actuar rápidamente en situaciones de emergencia. «La presencia constante de socorristas no solo salva vidas, sino que también reduce la carga sobre los servicios sanitarios y de seguridad», apuntó.

La educación fue identificada como un elemento crucial para mejorar la seguridad en las playas. Programas dirigidos a niños y adultos sobre los riesgos del mar y cómo interpretar las banderas de advertencia son fundamentales. «En Gijón, por ejemplo, los rescatadores visitan escuelas para enseñar a los niños cómo actuar en el mar, quienes luego transmiten este conocimiento a sus familias», explicó Archer.

El acceso a información actualizada ayuda a prevenir comportamientos imprudentes y mejora la experiencia turística, destacando por su implantación las aplicaciones móviles para informar a los usuarios sobre las condiciones de las playas antes de su visita.





## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Monitorización y Gestión Inteligente de Playas: Hacia una Planificación Sostenible

### Moderadora

#### Ginesa Martínez

Vicedecana de Turismo y Directora de la Cátedra Internacional de Inteligencia Turística de la Región de Murcia UCAM-ITREM.

### Ponentes

#### Verónica Gutiérrez

Directora General de Innovación, Transformación Digital y Modernización del Ayuntamiento de Santander.

#### Patricia Giménez

Directora de Playas Barcelona Cicle de l'Aigua del Ayuntamiento de Barcelona.

#### Cándido Seba

Responsable Plataforma de Ciudad de Rota.

#### Mónica Gómez

Empleo y Desarrollo Local, Playas, Medio Ambiente y Sostenibilidad en el Ayuntamiento de Benidorm.

#### Bárbara Blaudt

Directora de Planificación, Inteligencia, Innovación y Competitividad de Turismo del Gobierno de Brasil.

Los sistemas inteligentes y la participación ciudadana pueden equilibrar las crecientes demandas turísticas con la conservación ambiental y la calidad de vida local. Este enfoque integral busca no solo gestionar los recursos de manera más eficiente, sino también fomentar una relación más consciente y responsable con el entorno costero.

En Rota, Cándido Seba expuso cómo la tecnología ha mejorado significativamente la gestión turística en un contexto de alta estacionalidad. Mediante un sistema basado en Wi-Fi y cámaras inteligentes, el municipio monitoriza en tiempo real la afluencia de visitantes en su paseo marítimo, lo que permite optimizar los recursos disponibles sin comprometer la calidad de los servicios. Este modelo demuestra cómo los datos en tiempo real pueden ser utilizados para gestionar de manera más eficiente los desafíos asociados con picos estacionales de población, una problemática común en los destinos costeros.

Desde Santander, Verónica Gutiérrez compartió cómo la pandemia aceleró la innovación en la gestión de las playas urbanas. Drones, cámaras y datos del Instituto de Hidráulica de Cantabria se han combinado para monitorizar aforos y calcular áreas disponibles según las mareas. Esta metodología ha permitido a la ciudad responder de manera más ágil a variables como el viento y las fluctuaciones de las mareas, aunque sigue dependiendo de una supervisión humana que en el futuro se espera automatizar para ganar en eficiencia y capacidad de respuesta.

Bárbara Blaudt, del Gobierno de Brasil, aportó una perspectiva internacional al compartir los logros del programa *Playa Circular* en Río de Janeiro. Este proyecto combina tecnología y educación ambiental para reducir los residuos plásticos en las playas, involucrando a visitantes y comerciantes locales en la búsqueda de soluciones sostenibles. Aunque las herramientas tecnológicas son cruciales, el cambio cultural hacia una mayor conciencia ambiental es igual de importante para garantizar el éxito a largo plazo de estas iniciativas.

### Conclusión

**Los ponentes coincidieron en que la participación ciudadana es esencial para garantizar el éxito de estas estrategias. Involucrar a las comunidades locales en la toma de decisiones no solo asegura que las medidas sean efectivas, sino que también promueve un compromiso colectivo con la protección de las costas. Este enfoque inclusivo refuerza el vínculo entre las personas y su entorno, transformando a los ciudadanos en agentes activos de cambio y sostenibilidad.**

En Benidorm, Mónica Gómez destacó la necesidad de integrar a las comunidades locales en los procesos de planificación sostenible. Según Gómez, educar desde edades tempranas sobre el valor de los recursos naturales es fundamental para promover un sentido de corresponsabilidad. Además, subrayó que las estrategias de gestión deben ser flexibles y adaptativas, capaces de responder a eventos inesperados como los desafíos generados por la pandemia. Este enfoque dinámico garantiza que las playas sigan siendo espacios seguros y atractivos tanto para residentes como para turistas.

Un tema transversal durante la discusión fue la necesidad de integrar la digitalización en una estrategia más amplia que contemple la sostenibilidad, la educación y la colaboración. Si bien los sistemas actuales generan datos valiosos para la gestión, aún se requiere avanzar hacia una mayor automatización para reducir la intervención manual y mejorar la capacidad de respuesta en tiempo real.

Paralelamente, la educación y la sensibilización emergieron como pilares fundamentales para fomentar comportamientos más responsables por parte de los visitantes, creando un vínculo más profundo con el cuidado del entorno natural. Iniciativas como las de Rota y el programa *Playa Circular* en Brasil son ejemplos de cómo combinar tecnología con conciencia ciudadana puede generar un impacto positivo y duradero.

La moderadora, Ginesa Martínez, cerró el panel con un llamado a actuar con urgencia y compromiso colectivo. Subrayó que aunque se ha avanzado en la digitalización de la gestión costera, aún queda mucho por hacer para liderar una transformación integral que garantice un modelo ético y sostenible. Proteger nuestras playas y costas no solo es una responsabilidad ambiental, sino también una oportunidad para redefinir la relación entre las comunidades, los turistas y el entorno natural. Este esfuerzo conjunto asegurará que las playas sigan siendo no solo destinos turísticos atractivos, sino también ecosistemas resilientes y sostenibles para las generaciones futuras.





## 08 Costas y Playas

Fronteras azules: Innovando para Costas y Playas Sostenibles

## Gestión de residuos en Playas: Innovación para un litoral sostenible

### Moderador

#### Antonio Urdiales

Concejal de Sostenibilidad Medioambiental y Energética en el Ayuntamiento de Almería.

### Ponentes

#### Mesut Önem

Jefe del Departamento de Protección y Control Ambiental en Ayuntamiento de Kocaeli.

#### Jorge González

Técnico Jefe del Área de Planificación, Presupuestos y Fondos Europeos del Ayuntamiento de Ribeira.

#### Patricia Lacera

Coordinadora de la Estrategia de Playas de Barcelona en Ayuntamiento de Barcelona.

#### Alejandro Rodríguez

Gerente de Operaciones de Andalucía en Acciona.

La gestión de residuos en las playas se ha convertido en un desafío global que requiere respuestas locales innovadoras, eficaces y basadas en la colaboración. Durante la mesa redonda se presentaron casos concretos de diferentes regiones que destacan por su capacidad de integrar tecnología, educación ambiental y cooperación entre múltiples actores. Los participantes coincidieron en la importancia de articular un enfoque integral para abordar la contaminación marina y preservar los ecosistemas costeros.

Desde Turquía, Mesut Önem, describió un modelo de gestión integral que ha transformado la forma de abordar los residuos en playas y ríos. Este modelo combina medidas preventivas, como barreras en los ríos, con soluciones tecnológicas avanzadas, incluyendo embarcaciones especializadas y vigilancia aérea y marítima. Respaldado por un equipo de 120 personas, el sistema ha logrado reducir de manera significativa la llegada de desechos al mar, evidenciando cómo la coordinación entre tecnología, infraestructura y educación ambiental puede generar cambios profundos y sostenibles.

En Galicia, el Ayuntamiento de Ribeira presentó un enfoque que combina innovación tecnológica con participación social. Jorge González, técnico jefe del Área de Planificación, Presupuestos y Fondos Europeos, destacó el proyecto *Smart Sostenible*, diseñado para optimizar la gestión de residuos sólidos urbanos y valorizar las algas arrastradas por las mareas. Aunque este proyecto no obtuvo financiación externa, Ribeira ha reforzado su alianza con la asociación *Amigos*, que lidera iniciativas de sensibilización y restauración ambiental. Este esfuerzo ha demostrado cómo una gestión sostenible puede arraigarse en el compromiso comunitario y el activismo local.

Por su parte, Patricia Lacera, coordinadora de la Estrategia de Playas del Ayuntamiento de Barcelona, subrayó la importancia de fomentar la corresponsabilidad ciudadana. Iniciativas como el programa *Playas sin Humo* han reducido notablemente

la presencia de colillas, mejorando no solo la calidad ambiental, sino también la experiencia de los usuarios. Complementado por la prohibición de envases de un solo uso en los chiringuitos y el establecimiento de un centro de educación ambiental, Barcelona ha logrado consolidar una estrategia integral que combina normativas, sensibilización y mejoras operativas para proteger su litoral.

En Almería, Alejandro Rodríguez, gerente de Operaciones de Andalucía en Acciona, destacó cómo la región ha adoptado una visión *holística* para la gestión de residuos, especialmente en sus playas urbanas y naturales. A través de campañas educativas y talleres, se ha fomentado la participación ciudadana en la limpieza y conservación del litoral. Además, en los entornos naturales, Almería ha puesto en valor las algas como un recurso estratégico, tanto como barrera natural contra la erosión como en su potencial para la producción de biocombustibles, reforzando la idea de que los ecosistemas marinos tienen un valor ecológico y económico esencial.

La necesidad de colaboración entre entidades públicas, privadas y sociales fue un punto de consenso entre todos los ponentes. Ejemplos como *Playas sin Humo* en Barcelona o las estrategias de Ribeira y Kocaeli demuestran que los resultados sostenibles son alcanzables cuando todos los actores trabajan en conjunto. La participación ciudadana emergió como un componente fundamental para generar un cambio duradero, ya que refuerza la conciencia ambiental y promueve hábitos responsables entre los usuarios de las playas.

El panel concluyó con un llamado a adoptar un enfoque integral que combine limpieza, innovación tecnológica y educación. La concienciación pública se destacó como un pilar esencial para modificar hábitos de consumo y reducir la generación de residuos. Al mismo tiempo, la tecnología, como los robots de limpieza y sistemas de valorización, se perfila como una herramienta clave para enfrentar este desafío de manera eficiente. En última instancia, la gestión de residuos en playas no solo representa un reto ambiental, sino también una oportunidad para construir comunidades más sostenibles y comprometidas.

### Conclusión

**Las experiencias compartidas dejaron claro que las soluciones locales, apoyadas por políticas globales y tecnología avanzada, pueden marcar la diferencia en la preservación de los ecosistemas marinos. Desde Turquía hasta Almería, pasando por Galicia y Barcelona, se subrayó la importancia de continuar intercambiando buenas prácticas y replicando modelos exitosos. Este esfuerzo conjunto garantizará que nuestras playas no solo sean espacios limpios y seguros, sino también enclaves que reflejen un compromiso real con el medio ambiente y las generaciones futuras.**







09

# Cultura y Gastronomía

Sabores y Relatos: Tejiendo Cultura y  
Gastronomía en la Economía Azul



## 09 Cultura y Gastronomía

Sabores y Relatos: Tejiendo Cultura y Gastronomía en la Economía Azul

## Festivales, conciertos y artes escénicas: Rompiendo la Estacionalidad con Cultura

## Moderadora

**Valeria Méndez**  
Directora General de  
EMTUR.

## Ponentes

**Tony García**  
CEO Tony  
García Espacio  
Gastronómico.

**Mariano Rodríguez**  
Director General de  
Mediapro Events.

**Diego Ferrón**  
CEO en Crash Music.

**Jacobo Camba**  
Consultor de turismo  
y economía azul.

En esta mesa redonda se analiza la desestacionalización del turismo en Almería, objetivo que se ha perseguido durante mucho tiempo y que parece haberse alcanzado en los últimos años. Los distintos ponentes nos explican a través de sus distintas experiencias cómo conseguir que los elementos culturales y los recursos locales de nuestra tierra puedan ser un atractivo turístico durante todo el año para distintos públicos.

Diego Ferrón, que ya va encaminado hacia este objetivo, pone como ejemplo dos proyectos que se han llevado a cabo este año y que han combinado distintos elementos locales como atractivo turístico. El primer ejemplo es el festival *Otoño y Sal*, que ha sido todo un éxito y ha acogido a 2.000 personas. Este, al ser un festival que se desarrolla en un parque natural tiene además el toque de sostenibilidad que resulta esencial para la economía azul. Como segundo ejemplo encontramos *Mojácar 5 estrellas*, que combina la alta gastronomía y la música para crear la mezcla local perfecta.

Como consultor de economía azul, Jacobo Camba apuesta siempre por combinar los elementos locales de su tierra con la gastronomía, la música y el gran patrimonio cultural para desestacionalizar el turismo y conseguir que sea sostenible y perdurable en el tiempo. Como ejemplos, menciona el conocido *Festival Sinsal*. Para lograr esta desestacionalización, Camba considera fundamental el concepto de la transversalidad entre todos estos elementos fundamentales que representan la esencia local.

### Conclusión

Tras exponer las distintas experiencias en los distintos ámbitos turísticos para demostrar cómo trabajan y consiguen que los destinos sean sostenibles y estén encaminados hacia una economía azul durante todo el año, todos los ponentes están de acuerdo en la importancia de una transversalidad de elementos locales como la alta gastronomía, la música como elemento de conexión, así como espacios emblemáticos que representen la cultura propia de la ciudad. La combinación de todos estos componentes debe cubrir las necesidades básicas de los clientes a la hora de buscar la experiencia perfecta en el territorio almeriense.

Podemos considerar que se ha conseguido desestacionalizar el turismo, ya que, si tenemos en cuenta ejemplos anteriores como el festival *Otoño y Sal*, comprobamos que se ha conseguido fomentar el turismo en la provincia durante otras épocas diferentes al verano. Hemos de tomar estos ejemplos como modelo y, si prestamos atención a las características de todos los eventos que han potenciado el turismo durante todo el año, nos volvemos a encontrar como característica principal la transversalidad de elementos locales de la provincia que siguen siendo un atractivo turístico independientemente de la temporada que sea.

Por otro lado, Mariano Rodríguez se refiere a los nuevos enfoques en cuanto a los eventos que se desarrollan como tendencia para alcanzar la desestacionalización del turismo. Actualmente contamos con una gran demanda de experiencias por parte de los clientes, mucho mayor que la que teníamos años anteriores. Hemos de aprovechar esta demanda para hacer una oferta que se ajuste a las necesidades de los clientes.

Afirma que una de las diferencias principales con respecto a otros años es la gran diversidad de eventos que nos encontramos en la actualidad. Hace un tiempo la oferta turística era bastante más reducida y, por tanto, reducía la oferta y la demanda de experiencias. Pues había poco entre lo que elegir. Sin embargo, actualmente, los turistas se encuentran abrumados por una gran cantidad de experiencias diversas que exploran distintos campos. Esta explosión del evento ha llegado a la segmentación y a la especialización de los mismos. Y así, nos encontramos un mar de posibilidades y ofertas que atraen la atención del cliente por representar lo local y defender el consumo responsable. Según Mariano Rodríguez «poner en valor la creatividad es lo que toca ahora». Nos invita por tanto a seguir pensando en nuevas experiencias y eventos que ofrecer, siempre dando importancia y prefiriendo realzar el producto local.

Tony García, desde su gran experiencia, afirma que siempre ha trabajado con el producto local almeriense junto con grandes cooperativas y proveedores que garantizan que el producto sea de calidad. Él también defiende que el cliente que viene a Almería busca el producto local. Los turistas vienen según el a palpar la idiosincrasia local, que se convierte en parte fundamental de la experiencia.





## 09 Cultura y Gastronomía

Sabores y Relatos: Tejiendo Cultura y Gastronomía en la Economía Azul

## Economía Azul y Dieta Mediterránea: Innovación Sostenible en la Gastronomía Costera

### Moderador

#### Esteban Herrera

Responsable de Proyectos Europeos y Redes Internacionales en Turismo Andaluz.

### Ponentes

#### Víctor M. Gómez

CEO en Escaramujo Wines.

#### Xanti Elías

CEO Grupo Xanti Elías.

#### José María Vázquez

Dirección Marketing, Comunicación, y Comercio Internacional en SALAZONES HERPAC SL.

#### Gaspar Ros

Catedrático de Tecnología de los Alimentos, Nutrición y Bromatología en la Universidad de Murcia.

En esta mesa redonda se analiza cómo podemos aprovechar al máximo las distintas opciones, recursos y posibilidades que nos ofrece la Dieta Mediterránea favoreciendo los productos locales de la tierra con el objetivo de alcanzar una economía azul y sostenible. Es una mesa redonda especialmente importante para la provincia almeriense ya que gran parte de los productos de la provincia como los cultivos o el pescado, entre otros, se encuentran en dicha Dieta Mediterránea.

En los últimos años se ha observado una tendencia entre los clientes que visitan el territorio a buscar el conocido como *Andalusian Crush*. Es decir, ese encanto andaluz que enamora e impacta desde el primer momento y que nos ofrece una experiencia única basada en lo local. No solo los andaluces reconocemos el valor de nuestra tierra y estamos enamorados de ella, los turistas que visitan Almería quieren conocer lo que esconde el territorio, sus productos, su gente y quieren empaparse de su esencia. Y cuando lo hacen, ellos mismos caen rendidos ante su encanto. Por ello, quieren experimentar todo lo que se relaciona con el llamado *Andalusian Crush*. Y, por supuesto, es innegable la importancia de la oferta gastronómica que representa la Dieta Mediterránea que se constituye como otro elemento de valor turístico a la hora de visitar nuestra provincia y el resto de Andalucía. Los turistas que visitan la tierra vienen buscando el producto local cuando visitan los distintos restaurantes. Las frutas y hortalizas que se cultivan en la zona, el pescado de nuestros mares, etc.

Víctor Gómez nos hace entender cómo a lo largo de toda su experiencia ha combinado turismo, acuicultura, gastronomía y enología con el propósito de ofrecer experiencias singulares que resulten atractivas para los clientes. Como ejemplo, expone su bodega submarina que aprovecha el medioambiente para que el vino se desarrolle en un entorno natural. Opta de esta manera por una economía sostenible que

ha dado lugar a un proyecto muy interesante y que ha tenido una gran acogida entre los clientes.

Para Xanti Elías, la palabra sostenibilidad tiene tres patas. Por un lado, tiene que ser rentable para avanzar en el tiempo. Es decir, tiene que proporcionar un beneficio para quien practique la actividad. En segundo lugar, menciona que tiene que ser responsable con el medioambiente. Por último, nos encontramos la parte social que es esencial para los clientes. Una vez más, la experiencia de los clientes es uno de los factores principales a tener en cuenta.

José María Vázquez también opta por la calidad diferenciada y los sellos de identificación geográfica protegida que nos indican la autenticidad del producto local. Desde su empresa HERPAC se enseña a los clientes y consumidores pequeños cómo leer las etiquetas para que estos sean realmente conscientes de la importancia del valor añadido de dichos productos. Así, invita al público a convertirse en clientes exigentes que no se dejen llevar por el precio, sino que pongan en valor la calidad diferenciada del producto local. José María Vázquez nos presenta al cambio climático como uno de los problemas principales con los que se enfrenta la acuicultura sostenible, poniendo como ejemplo el atún rojo de Barbate.

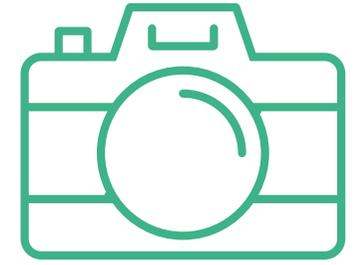
Gaspar Ros, también apuesta por una dieta rica, variable y vinculada a la economía azul. Para él la dieta mediterránea es una marca no solo de identidad, sino también de calidad que nos define geográficamente en un entorno muy cambiante. Además de geográficamente, afirma que es un distintivo del estilo de vida que nos representa. Esto sin duda es un atractivo turístico para el cliente que va buscando una experiencia que le acerque al destino. Según Ros, «La gastronomía no es comer al trote, es sentarte y disfrutar el producto local». Ésta es precisamente la experiencia que busca el turista almeriense, y que, sin duda, encuentra.

### Conclusión

Tras exponer sus experiencias, todos los ponentes coinciden en la gran importancia de la Dieta Mediterránea como atractivo turístico que expone el producto y la gastronomía local que el cliente va buscando en su experiencia cuando visita el territorio almeriense. Todos defienden, además, que esta es una dieta que favorece una alimentación saludable, ética, sostenible y un estilo de vida slow. Los clientes somos cada vez más conscientes no solo de la importancia de seguir un estilo de vida saludable, sino de conseguir este estilo de vida saludable mientras somos responsables con el medio ambiente.

Finalmente, se ha reconocido la necesidad de buscar el desarrollo sostenible de esta gastronomía, así como proteger el distintivo local de nuestros productos. Hemos de revalorizar el producto local para que así, pueda ser reconocido por su calidad en las distintas experiencias gastronómicas de los turistas.





## 09 Cultura y Gastronomía

Sabores y Relatos: Tejiendo Cultura y Gastronomía en la Economía Azul

## Del Mar a tu Plato: La Revolución de la Acuicultura Sostenible

### Moderador

#### Pablo Ávila

Técnico Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía.

### Ponentes

#### Roberto Rodríguez

Coordinador de Economía Azul en INTEC.

#### María Isabel Sáez

Coordinadora en CEI-Mar.

#### Héctor Pula

Técnico Responsable en Aula del Mar CEI-Mar.

#### Eduardo Soler

Responsable de Sostenibilidad en Grupo AVRAMAR.

El interés principal de esta mesa redonda es estudiar la revolución de la acuicultura sostenible que se está convirtiendo en una de las principales fuentes de alimento de la población mundial.

Roberto Rodríguez, coordinador de Economía Azul, es preciso en cuanto a los conceptos que utiliza. Define esta revolución como un cambio profundo respecto a las metodologías y justifica su carácter sostenible porque posee la capacidad de desarrollar sistemas de bajo impacto que perduran en el tiempo. Así mismo, define los retos, objetivos y riesgos que nos encontramos al abordar esta revolución. Los tres grandes retos son el reto institucional, la técnica y los consumidores.

Como objetivos principales nos encontramos el poder facilitar el proceso de producción y conseguir reducir la contaminación, lo que resulta esencial. Finalmente, como riesgos principales de esta revolución de la acuicultura señala las regulaciones administrativas y el capital que ha de estar disponible.

María Isabel Sáez se centra en otro concepto que también resulta de gran interés: La calidad del producto. La globalización nos ha hecho comprender que hay otras culturas que han hecho protagonistas alimentos y productos que provienen del mar. Y, por consiguiente, nuestra población se ha concienciado con respecto a la necesidad de incluir en nuestra dieta productos acuícolas de gran calidad. ¿Cuál se convierte en el producto estrella? El pescado. Destacando la dorada y la lubina. Lo que la acuicultura sostenible persigue es producir un producto sano, de calidad, cercano y mantener estas cualidades a lo largo de la cadena de valor.

Otro concepto esencial que menciona es el precio. El exceso de oferta provoca una bajada en los precios, lo que nos obliga a investigar en busca de nuevas especies y nos lleva a cambiar la orientación hacia un producto de calidad muy bien etiquetado que se venda como sello

de calidad y distinción. Esta es una idea bastante recurrente en las distintas mesas redondas ya que hoy la calidad del producto local no solo almeriense, sino andaluz, es reconocido internacionalmente. Es por ello que el cliente busca encontrar este distintivo de calidad en las distintas experiencias gastronómicas cuando visita el territorio.

El problema, según Sáez, es que estamos abusando del término de calidad al aplicarlo sin conocer todas las precisiones de su definición. De esta manera, lo aplicamos en ocasiones en las que el producto no cumple todos los requisitos para ser considerado *de calidad*. La acuicultura nos garantiza este sello de calidad al controlar todos los niveles de producción. De esta manera, podemos conseguir un producto no solo de calidad, sino también sostenible en el tiempo y saludable.

Por su parte, Héctor Pula reivindica la necesidad de reeducar a las nuevas generaciones en esta revolución y explica los distintos eventos que se llevan a cabo en el congreso de acuicultura del que es partícipe. Como anécdota nos hace saber que el día de la acuicultura no se celebra el 30 de noviembre por casualidad, sino por ser el día de San Andrés, que ha sido nombrado patrón de la acuicultura por ser el discípulo que entregó a Jesús los dos peces que luego este último multiplicó.

Eduardo Soler, como responsable de sostenibilidad, subraya la preocupación por la reducción de consumo de pescado que ya se había mencionado anteriormente. Como pincelada final, destaca dos grandes retos a los que nos enfrentamos. En primer lugar, el desconocimiento de la población con respecto a la acuicultura sostenible y sus ventajas. En segundo lugar, el posicionamiento con respecto a otros países, que es en ocasiones desfavorable. Hemos de estudiar muy bien esta desventaja y desarrollar distintas estrategias para poner nuestro producto en valor.

### Conclusión

Tras debatir sobre la revolución de la acuicultura sostenible que se representa como una actividad con una gran tradición y unos niveles de tecnificación espectaculares, todos los ponentes coinciden en que esta actividad nos va a permitir en un futuro el acceso a un producto sostenible, seguro y sano, al alcance de todos y durante todo el año. Es este precisamente el objetivo a conseguir y con esta meta en mente se ponen en práctica metodologías como las señaladas anteriormente.

Es necesario hacer una llamada a las nuevas generaciones para que trabajen sobre lo que ya se ha hecho y sigan desarrollando las ideas que se han defendido y buscando alternativas que eviten que los riesgos mencionados anteriormente puedan afectar al objetivo final de conseguir una acuicultura sostenible y perdurable en el tiempo.







10

## KEYNOTE

**Voces del océano: Un diálogo  
intergeneracional sobre la  
sostenibilidad costera**

## 10 KEYNOTE. Voces del océano: Un diálogo intergeneracional sobre la sostenibilidad costera

### Moderadora

**Jessica Newfield**  
 Consultora Senior de Programas en SOA (Sustainable Ocean Alliance).

### Ponentes

**Nacho Dean**  
 Naturalista, explorador profesional, conferenciante y escritor.

**Olivia Mandle**  
 Activista Medioambiental y por los Derechos de los Animales. Embajadora del Pacto Climático de la Unión Europea.

Olivia es una joven activista medioambiental y pro-derechos de los animales de 17 años que habla sobre su trabajo para combatir la contaminación por plástico y la cautividad de los animales marinos. Ella destaca la importancia de la educación y la acción colectiva para proteger el planeta. Hace un llamamiento sobre el silencio que hay en los mares y océanos contaminados donde antes había vida. Dice que los océanos ya no pueden hablar por sí solos y sostiene que la ONU quiere resolver necesidades del presente pero sin pensar en el futuro.

Lanza la pregunta de por qué cuesta tanto pensar en sostenibilidad, en progresar. Reflexiona sobre que la mayoría no hacemos nada en nuestra vida cotidiana para mejorar el medioambiente y las empresas muchísimo menos. Dice que hay que hacer nuestras las necesidades del planeta. En cuanto a protección animal, Olivia informa de que España es la mayor prisión de delfines de Europa y 6ª en el mundo. Por la cantidad de ellos que hay en cautividad y está dedicando muchos esfuerzos en estos momentos a intentar cambiar esta situación, para conseguir liberar delfines.

Ella afirma que estamos en medio de una crisis existencial, una emergencia climática con fenómenos meteorológicos nunca vistos antes y con temperaturas récord. Afirma que las danas no son anomalías sino la nueva normalidad. Hace una llamada de atención sobre la necesidad de revisar el liderazgo medioambiental y dice que España no está a la cabeza de la sostenibilidad.

Habla de que la industria turística ejerce una gran presión en el medio ambiente y de un tipo de turismo masivo e invasivo por ejemplo en Baleares y Canarias. Dice que el 76% de los viajeros quiere viajar de manera más sostenible y que el 81% prefiere

pagar más si con eso lo hacen de forma más respetuosa con el medioambiente. Por tanto, afirma que hay que generar más colaboración entre empresas, gobiernos y ciudadanos. España debe cumplir sus compromisos para 2010 en las áreas protegidas marinas para preservar flora y fauna marina y reclama políticas más estrictas para controlar a barcos que faenan en zonas protegidas por ejemplo.

Llama a que cada uno seamos agentes del cambio porque el futuro depende de todos nosotros. El cambio de hoy determinará el futuro, el mañana. Sostiene que son tiempos de emergencia climática y les dice a los jóvenes que no pueden paralizarse y no pasa nada por sentir algo de miedo ante esta situación.

Nacho Dean, un explorador y defensor del medio ambiente, habla sobre sus expediciones alrededor del mundo y su trabajo para concienciar sobre la contaminación por plástico. A través de sus expediciones a nado, en bicicleta y a pie en los últimos años ha constatado el calentamiento global. Afirma que según los datos de que dispone, en el próximo siglo Groenlandia perderá más hielo que en los últimos 12.000 años. Habla de la pérdida de biodiversidad y de la acumulación de plásticos como principales problemas a abordar.

Enfatiza sobre la necesidad de una acción global y la colaboración intergeneracional para abordar los desafíos ambientales. Por ejemplo, si en el Mar Mediterráneo solo actúa un país no será una acción muy poderosa.

### Conclusión

**Ambos activistas coinciden en la importancia de escuchar a la ciencia, a la naturaleza y a los océanos, y en la necesidad de que los líderes de la industria y los responsables políticos tomen medidas audaces para proteger el planeta. Olivia y Nacho también hablan sobre la importancia de la educación, la legislación, la innovación y la financiación sostenible para crear un futuro más sostenible.**

**Resaltan la necesidad de atender a la ciencia, que advierte sobre fenómenos sin precedentes, como el mayor deshielo en Groenlandia en 12.000 años. Han subrayado la importancia de informar a toda la sociedad, instar a las administraciones a actuar y trabajar en coordinación intergeneracional, combinando la experiencia de los mayores con la energía y visión de los jóvenes.**







11

# Islas y Territorios

Resiliencia azul: Innovación y  
sostenibilidad para nuestro futuro



## 11 Islas y Territorios

Resiliencia azul: Innovación y sostenibilidad para nuestro futuro

# Vulnerabilidad y Adaptación al Cambio Climático: Lograr la Resiliencia en las Islas

### Moderadora

**Iolanda Piedra**  
Presidenta del  
Clúster Marítimo de  
las Illes Balears.

### Ponentes

**Darejan Kapanadze**  
Especialista en  
Medio Ambiente en  
The World Bank.

**Jeremie Fosse**  
Director de Eco-  
Union.

**Irini Barianaki**  
Gestor de Proyectos  
de la UE en la región  
del Egeo Meridional  
y la Agencia de  
Desarrollo del Egeo  
Meridional.

La mesa comenzó con la introducción la cuestión por parte de la moderadora de que las islas son más vulnerables al impacto del cambio climático, cómo pueden estos destinos enfrentarse al desafío que supone el cambio climático para promover un desarrollo turístico resiliente y sostenible, así como cuáles son las acciones futuras que debemos emprender. El peso del turismo es muy importante en ellas, tomamos como ejemplo a Baleares, donde el turismo supone un 95% del PIB.

Jeremie Fosse apuntó que hay que intentar que el sector se adapte, se anticipe y se recupere ante el cambio climático. Hay que estudiar basándose en la ciencia sobre qué va a pasar, un trabajo imprescindible para tener planes de contingencia. Cuando hacen una investigación llegan a una serie de conclusiones que comparten a los diferentes actores clave que toman decisiones: Gestores de destinos, gobiernos locales y regionales. Habla de políticas también que no son estrictamente turísticas pero tienen un enorme impacto en el sector: Movilidad, alimentación y otros sectores que son parte de la cadena de valor del sector turístico. Los proyectos que realizan tienen una componente de adaptación, de resiliencia a los cambios.

En el marco actual se multiplicarán los cambios y fenómenos y el sector tiene que tener capacidad de resiliencia. Hay tres elementos: **Planificar**: hay que estudiar, saber qué escenarios pueden llegar a la isla, al destino, la ciencia da ya muchísima información, hay informes temáticos por países y regiones sobre esto, y hay que intentar contextualizar cada isla en su situación y desarrollar planes. Un trabajo imprescindible de llevar a cabo anticipándose a estos fenómenos; **Gobernanza**: cómo las instituciones tienen que trabajar con actores del sector y generar relaciones de confianza. Hay que dialogar, reflexionar de interactuar y construir; **Actualizar**: El conocimiento que tenemos hoy no es el que teníamos ayer ni el que tendremos. Tenemos que aceptar que no sabemos todo y que debemos tener un mecanismo de mejora continua.

Son los tres elementos que tiene que tener un destino para tener una capacidad de resiliencia adecuada.

Darejan Kapanadze explicó que Georgia es un destino turístico y ese turismo contribuye muchísimo a su economía. Hay que tener en cuenta que este es el país que recuperó la independencia y apareció en el mapa mundial hace solo 33 años después de desaparecer durante dos siglos. Así que al principio el desafío era hacer que Georgia fuera conocido y atraer la visita de turistas. Su atractivo turístico se basa en su naturaleza, cultura y gastronomía.

### Conclusión

Los participantes han concluido que es imprescindible planificar basándose en la ciencia, con planes de contingencia adaptados. Han destacado la necesidad de diálogo entre instituciones y actores del sector, la actualización de conocimientos y aceptar la incertidumbre. Los problemas principales en las islas son inundaciones pluviales, con infraestructuras insuficientes, y se han citado herramientas como la sedimentación artificial. Han insistido en que todos los sectores deben actuar, priorizando la economía sostenible, dejando atrás las energías fósiles e implementando tecnología existente de forma inmediata.

En cuanto a la parte climática, es muy susceptible al cambio climático, muy vulnerable, la población está muy expuesta. La erosión costera es significativa y desafortunadamente, las playas no son estables.

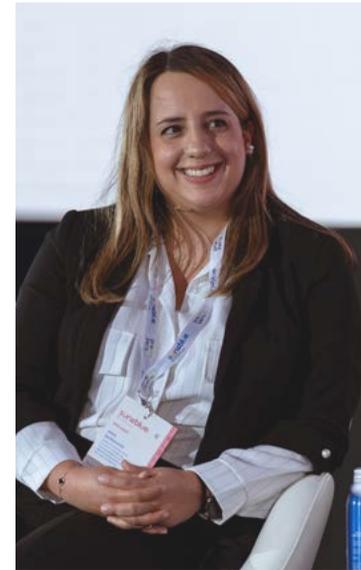
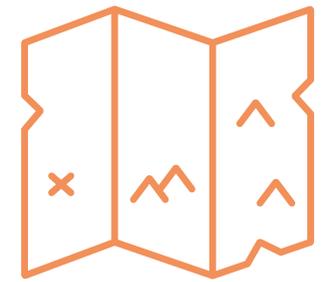
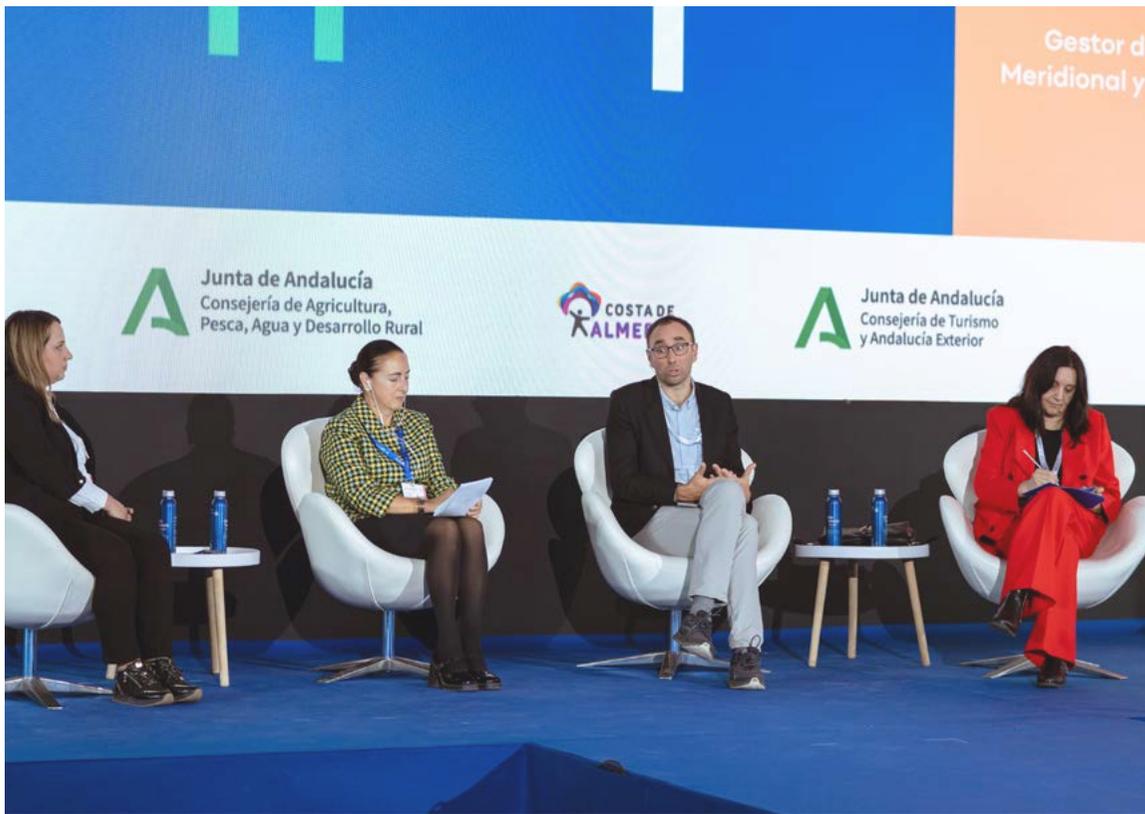
La única herramienta para combatir este proceso fue sedimentar artificialmente las playas aunque estaño considerando otros métodos porque a veces no es suficiente. Otro gran problema son las inundaciones pluviales por precipitaciones extremas, y expone que las infraestructuras no están preparadas para precipitaciones cada vez más intensas, los sistemas de bombeo no logran evacuar el agua. Dice que las tormentas que vienen del mar con olas que irrumpen con violencia y afectan a las ciudades. Trazan líneas rojas para determinar donde sí y dónde no construir, ya que saben que hay áreas que se van a inundar, pero aún así se construye.

Insiste en que hay que minimizar la vulnerabilidad al cambio climático, y dentro del diseño para esto hay una herramienta que están empezando a aplicar. Otro problema al que se enfrenta su país como consecuencia del cambio climático es en la agricultura, la proliferación de plagas y enfermedades fúngicas, por lo que preparan un programa de adaptación costera al cambio climático. Apunta la ampliación de la temporada turística por el calentamiento, esto ya es una realidad, y dice que Georgia empieza a ofrecer «turismo climático» que atrae a gente que va a disfrutar de la lluvia, el frío, la niebla, es una opción que está teniendo éxito. Hace un llamamiento para convencer a los líderes políticos y aumentar el conocimiento de las tecnologías disponibles para actuar frente al cambio climático.

Irini Barianaki destacó que hay un contraste entre las vulnerabilidades de cada isla del Egeo Meridional, y es importante adoptar medidas. Tienen muchas infraestructuras porque hay muchas islas y esto consume muchos recursos. Las islas más conocidas cuentan con una economía excelente basada en el turismo, hay otras islas más cercanas a tierra y una tercera tipología con muy poca población que aún no ejerce presión sobre el medio ambiente y son muy sostenibles, tiene una función estratégica geográficamente. Irini forma que el gran reto es crear una estrategia global. Ellos han creado departamentos nuevos que tratan la sostenibilidad, el cambio climático y un departamento dedicado exclusivamente a recolectar datos.

Debido a la resiliencia económica no pueden decir que vayan a cambiar el modelo de negocio, ya que estos destinos tienen un gran impacto en el ecosistema general. Destaca el concepto de «ciudadanía marítima», gente que vive rodeada de mar con un vínculo único con el mar, y esto puede crear prácticas sostenibles en la pesca y otras actividades.





## 11 Islas y Territorios

Resiliencia azul: Innovación y sostenibilidad para nuestro futuro

# Modelos de Éxito: Proyectos Pioneros en Islas

### Moderador

#### Ignacio Ojeda

Director Andalucía Oriental de PreZero.

### Ponentes

#### Luca Larossa

NaTour4CChange Project.

#### Anastasios Baltadakis

Responsable de las experiencias de vida marina en Blutopia Marine Park.

#### Ioannis Mardikis

Especialista Senior en Sostenibilidad Ambiental en EPLO (European Public Law Organization).

#### Carlos Orozco

Subsecretario de Desarrollo Turístico Nacional del Ministerio de Turismo de Ecuador.

Comienza este panel de experto con Luca Larossa. El proyecto comenzó en enero desde el Instituto de Turismo de Croacia y se centra en el impacto del cambio climático en el turismo costero, a nivel regional, para que las poblaciones desarrollen estrategias específicas y se adapten. Existen proyectos piloto en cada región, por ejemplo en Cabo de Gata, y explica que se establece un grupo de trabajo de acción climática para trazar estrategias de adaptación, no de mitigación de los efectos y se les pide a las regiones participantes que pongan en práctica al menos una de las soluciones encontradas que tienen que ser basadas en la naturaleza.

Este proyecto incluye a seis países durante dos años y medio. ¿Qué tiene de nuevo este proyecto? Cuenta que este grupo proviene del sector más medioambientalista y han hecho mucho énfasis con el abordaje naturalista, es decir, encontrar en la naturaleza la solución a estos problemas. Apunta también que se lleva 40 años hablando de turismo y conservación, pero que él ve muchos problemas provocados por otros sectores y se debe fijar unos límites, decir a emprendedores y ciudadanos locales que se puede desarrollar turismo hasta un umbral y a partir de ahí parar.

Hay que buscar una compensación entre cantidad y satisfacción. Se trata de que la regulación de la Comisión Europea tiene dos enfoques, se quiere proteger algo y el resto no importa o lo contrario. En cuanto al turismo costero en el Mediterráneo en relación a la conservación no se puede decir que se este siendo muy ambicioso en términos de conservación, hay que aceptar un entorno contaminado con menor nivel de calidad en general, ya que son muchísimos años de turismo acumulados.

Anastasios Baltadakis, biólogo marino, cuenta que es de Rodas (Grecia), una isla muy turística. Allí buscan posibilidades para diversificar el producto turístico, hacen paseos marítimos por las instalaciones de piscifactorías por ejemplo, con elementos añadidos. El área donde trabajan es de propiedad privada y gestionan el terreno, la piscifactoría, los delfines. A las personas que van a estos paseos les interesa mucho todo lo relativo a ellos, y dan charlas de biología marina durante el paseo. Cuenta que ellos promueven la cultura marina durante esos paseos, y este es el modelo de negocio en el que están trabajando. Esta idea genera buenas prácticas para otros productores minoritarios, y puede ser una gran oportunidad para sobrevivir y un buen modelo económico.

Ioannis Mardikis trabaja en sostenibilidad en espacios insulares con dos proyectos principales en el sector, uno el impacto de CO<sup>2</sup>, continuación de otros proyectos, capitalizado sobre el éxito de los anteriores, y otro que trata de abordar los retos de descarbonización de las islas. La población no es estable, hay picos y cuando se empieza a discutir una estrategia cambia la población y hay que empezar de nuevo a veces, ejemplificando así lo efímeras que pueden llegar a ser las medidas adoptadas por los cambios naturales de población.

### Conclusión

Se han presentado ejemplos de proyectos en marcha con diversas regiones del Mediterráneo entre los que participa el Cabo de Gata, donde se trabaja en una estrategia de adaptación climática. Han destacado la necesidad de limitar el turismo descontrolado, priorizar la descarbonización y combinar políticas con comunicación efectiva para explicar sus beneficios a la ciudadanía. También han subrayado la importancia de reforzar el diálogo político, especialmente en la Cuenca del Mediterráneo, como elemento clave aún pendiente.

En cuanto a las características de las normas, habla de que cuando hay una legislación nacional de arriba hacia abajo no suele tener éxito porque no toma en cuenta a las poblaciones locales. Ioannis describe cómo ellos crean algunos elementos como herramientas de visualización para ver cómo algunos elementos de descarbonización aparecerán. Organizan laboratorios vivientes con los ciudadanos, llevan herramientas de IA para mostrarles cómo les afectarían estas nuevas inversiones, para que puedan visualizar de manera activa por ejemplo una instalación eólica, para que entiendan en qué consistiría.

Comenta que con estos proyectos al final hay una hoja de ruta muy específica para que las autoridades sepan qué hacer y que el valor añadido no es la tecnología que ya la tenemos, sino que lo que falta es la sensibilización, la conciencia de la importancia de la descarbonización. No basta con la presión ciudadana y por eso hablamos de políticas y que expliquen a los ciudadanos cómo mejorarán sus vidas una vez aplicadas, y aplicado al turismo esto es importantísimo. Incide en que reforzar el diálogo político es el elemento que falta en la cuenca del Mediterráneo.

Carlos Orozco. Centra su intervención en las Islas Galápagos, cuya conservación se ha convertido en un proceso en el que mostrar la diversidad se convierte en medio de vida para la población local. Se definió un modelo turístico en los años setenta que ha sido exitoso y sigue a día de hoy. Orozco expone que las islas se convierten en la carátula del turismo de Ecuador, siendo su principal producto. Tiene una población fija de 28.500 personas y los visitantes ascienden a 325.000 personas, diez turistas por habitante, lo que muestra la complejidad de la gestión del territorio.

Es Patrimonio natural mundial de la humanidad y por eso se somete a auditorías constantes. Fue declarada patrimonio en riesgo y la Unesco advirtió, recomendó un modelo de crecimiento cero de turismo como solución. Como consecuencia cuenta que se empezó a construir un plan de regulación hotelera como medida para frenar crecimiento de la demanda tras análisis ambiental, de carga, un segundo estudio respecto a temas socio culturales de las islas y un tercero de oferta de alojamiento, y vieron que los primeros problemas es que ponen en riesgo la provisión de agua dulce, y la gestión de los desechos sólidos por ejemplo. También observaron que empezó a crecer un nuevo sector de alojamiento no regulado, particular.

Se ha presentado recientemente un plan de regulación hotelera, se determinan varias actividades para concretar la capacidad real de las islas y los análisis que permitirán establecer cuál es la pertinencia de incrementar o no esta capacidad. Hay que enfrentar los distintos intereses pero sobre todo la necesidad de conservación de las islas, es muy complejo pero esperan demostrar la capacidad del turismo como motor para preservar el patrimonio natural aparte de motor económico.





## 11 Islas y Territorios

Resiliencia azul: Innovación y sostenibilidad para nuestro futuro

# Horizonte Azul: Visiones Futuras para Islas Sostenibles

### Moderadora

**Adriana Salazar**  
Experta en  
Economía Azul  
en la Unión por el  
Mediterráneo.

### Ponentes

**Teresa Agovino**  
Experta en Turismo  
- Barómetro Mundial  
de Turismo en ONU  
Turismo.

**Pere Joan Planas**  
Director de AETIB  
(Agencia de  
Estrategia Turística  
de las Illes Balears).

**Mudrik Ramadhan  
Soraga**  
Ministro de Turismo  
y Patrimonio  
del Gobierno de  
Zanzibar.

Adriana Salazar, moderadora, introduce el panel apuntando a las islas como puntos álgidos en cuanto a desaparición biodiversidad y dice que hay que afrontar retos con el turismo. También son laboratorios para la innovación tienen el potencial de llevar adelante la transición y ser pioneras.

Interviene en primer lugar Mudrik Ramhadan, Ministro de turismo de Zanzíbar, una región semi autónoma en la costa de África. Cuenta que su principal palanca económica es el turismo, que representa más del 30% del PIB de la isla y el 80% ingresos de moneda extranjera. En cuanto al abordaje medioambiental y la forma de gestionar la conducta turística, son altamente conscientes de que queda mucho trabajo que hacer para aplicar prácticas de turismo sostenible.

Cuentan con la industria pesquera, el sector de explotación de petróleo y gas y en relación con la digitalización del sector turismo, un pujante sector informático. Disponen de muchas áreas marinas protegidas, en algunas cooperan lo público y lo privado. Hay una estrategia central y están descubriendo que las áreas marinas protegidas que mejor funcionan son las que cuentan con mayor participación comunitaria, de la sociedad, no solo la administración. El ministro explica que es difícil que el turismo siga creciendo para siempre y han iniciado estudios para determinar cuál es realmente su capacidad de carga turística, cuántos turistas pueden recibir.

Es crucial ese indicador ya que indica si están preparados, si disponen de los servicios esenciales para alojar al número al que aspiran. Están también tratando de lograr equilibrio en las zonas costeras entre los que vienen de fuera y las necesidades de los locales, ejemplificando lo delicado que resulta lograr ese equilibrio entre por ejemplo las granjas de algas y quienes quieren utilizar esas mismas zonas para el *kitesurf*.

Concluye que el denominador común es la comunidad, cómo convencer a las comunidades para que participen en la conservación de las áreas. No se puede obviar la alta biodiversidad de la región, hay muchos casos también de pesca abusiva y tratan de permitir que estas áreas puedan recuperarse con su programa de protección, por ejemplo preservando la pesca durante unos meses, y que en general ha funcionado muy bien. Reconoce que les falta mucho por hacer en infraestructuras, fuentes alternativas de energía, mejor gestión de los desechos y la gestión de las aguas residuales, y ponen el énfasis en un turismo de alto valor, más calidad que cantidad.

Teresa Agovino, consultora de turismo sostenible de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT), comparte una experiencia inspiradora en la isla de Taquile en el lago Titicaca, Perú. Esta isla ha implementado un modelo de turismo sostenible que prioriza la conexión con la comunidad local,

### Conclusión

**El panel de discusión se centra en el turismo marítimo y costero sostenible en las islas, con un enfoque en cómo equilibrar el crecimiento económico con la protección del medio ambiente. El ministro de Turismo y Patrimonio de Zanzíbar, el Sr. Ramadhan, destacó los desafíos que afronta su isla, como el crecimiento de la población, el aumento del turismo y la presión sobre los recursos naturales. Describió las iniciativas que están implementando para abordar estos desafíos, incluyendo la creación de áreas marinas protegidas, la planificación espacial marina y la promoción del turismo de alta gama.**

la preservación de la cultura y la reducción del impacto ambiental y lanza una pregunta: ¿Qué tal si pudiéramos Acoger a los turistas como parte de nuestra vida, no como una transacción?, si la vida fuera parte de un ecosistema vivo y el turismo fuera el corazón de la experiencia.

El turismo no consume allí sino que sostiene, todo es un reflejo del valor comunitario, ojalá fuera el futuro para las islas de todo el mundo, dice Agovino. Taquile puede ser modelo de un horizonte azul, la idea es que todo el mundo esté conectado. Lo más importante es que cuidan su patrimonio, su tierra, sus antepasados. Este enfoque y la singularidad de cada pueblo, donde el turista pueda entrar en los lugares. Sostiene que debemos medir e identificar el tipo de impacto que estamos generando, y las islas dan la posibilidad de trabajar con ellas como proyectos piloto.

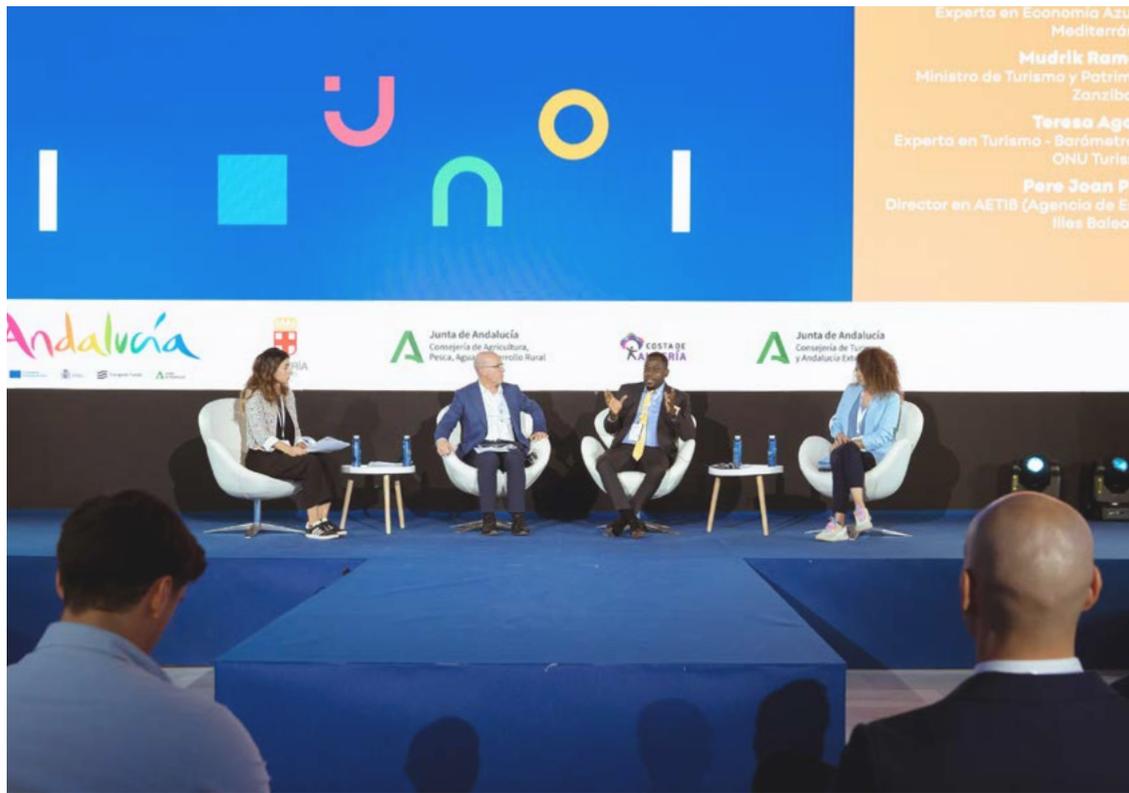
Pere Joan Planas, Director de la agencia de estrategia turística de las Islas Baleares, habló sobre los desafíos específicos que enfrentan las Islas Baleares, como el turismo masivo y la necesidad de gestionar los recursos de manera sostenible. Destacó la importancia de la tecnología, la gestión de residuos y la protección de la biodiversidad marina. En su exposición, indicó que las Islas Baleares son un destino turístico maduro, más de 60 años de continuo crecimiento, y están en un escenario de demanda casi infinito por lo que es fundamental poner límite en número de camas, y afirma que han tocado techo.

Comparte que realizaron una encuesta y un tercio visitantes decía que no le interesaba mucho el tema medioambiental. Incluso que cuando están de vacaciones ciertos hábitos sostenibles dejan de serlo cuando están de vacaciones y en su opinión hay que hacer algo sin demonizar a los visitantes, pero habría que ir a otras estrategias. En cuanto al concepto de oferta ilegal y manifestaciones contra el turismo o masificación turística ha hecho que las prioridades sean detener la masificación sobre temas de sostenibilidad, pero no significa que no se esté abordando. Esto ha hecho que apoyen al sector privado que es dinámico e innovador, y la parte pública ha sacado ayudas en procesos relacionados con ciclos de agua, residuos y energías, eficiencia energética, mejora de aislantes, cubiertas, producción fotovoltaica, que puedan elaborar planes de circularidad.

Algunas cadenas trabajan ya en la disminución de residuo alimentario, formación en sostenibilidad para empleados en reducción de plásticos de un solo uso, se coopera con productores locales, se reciclan colchonetas, flotadores etc. Analiza que el turista de ahora se mueve mucho más que el de hace décadas con el impacto que esto conlleva en el tráfico de las islas y sus consecuencias y señala entre las dificultades tecnológicas que hay que vencer, dos retos: La IA y la robótica.

El panel concluyó con una llamada a la acción para que las islas adopten un enfoque más *holístico* para el turismo sostenible, que incluya la participación de la comunidad, la protección del medio ambiente y la preservación de la cultura.







# 12

## Financiación

Capital Azul: Financiando la  
Revolución de la Economía Azul



## 12 Financiación

Capital Azul: Financiando la Revolución de la Economía Azul

# Oportunidades de Financiación AZUL

### Moderadora

#### Yasmin Schinasi Romeu

Funcionaria de Políticas para la Cooperación Regional y Seguridad Marítima en la Comisión Europea.

### Ponentes

#### Axel Rodríguez

Responsable de proyectos en la Secretaría Conjunta del Programa Interreg Euro-MED.

#### Elena Barrios

Consejera Técnica en el Ministerio de Hacienda.

#### Vincent Ernoux

Coordinador en la Oficina Regional en Interreg NEXT MED para el Mediterráneo Occidental.

#### Javier Remiro

Coordinador Área de Economía Azul Sostenible en Fundación Biodiversidad.

En esta mesa redonda, los ponentes nos explican cómo funcionan las oportunidades de financiación que están disponibles a nivel regional, europeo y a nivel nacional. También se exponen las energías que respaldan la economía azul, especialmente importante para el sector del turismo.

Elena Barrios nos presenta el fondo FEDER, el primer instrumento financiero de la Política Regional y de Cohesión de la Comisión Europea. Los programas de financiación funcionan en cuanto a programas en competencia competitiva. En cuanto a los programas transfronterizos, España trabaja con dos. Por un lado, encontramos el POCTEF, con Francia y una tasa de financiación del 75%. Por otro lado, nos encontramos el POCTEFA con Francia y Andorra y una tasa de financiación del 65%. Elena Barrios señala también el programa NEXT MED, que tiene como objetivo fomentar la cooperación transnacional en el mediterráneo y que puede financiar hasta el 89%.

En estas convocatorias, en general, hay cinco objetivos políticos y dos específicos de INTERRED. Los objetivos políticos son los de una Europa más inteligente, más verde, más social y exclusiva, etc. Cada uno de estos tiene, a su vez, unas competencias y metas específicas que se han seleccionado para este periodo. Es necesario tener muy en cuenta los distintos objetivos para participar en las distintas convocatorias.

### Conclusión

Tras escuchar a todos los ponentes, la conclusión global de la ponencia es que el turismo no va a parar de crecer. Vincent Ernoux incluso apunta que nos encontramos en la era previa del turismo en masa. Es una conclusión bastante reconfortante para distintos sectores. Sin embargo, este crecimiento tiene que ir acompañado de desarrollo, investigación e innovación. Para lo cual es necesario contar con grandes oportunidades de financiación. Estas oportunidades existen, pero hay que saber buscarlas y encontrarlas. Esta mesa redonda nos ha permitido poder estar al tanto de los distintos programas de financiación existentes, de sus distintas convocatorias y aperturas, así como de los distintos procesos que se llevan a cabo para participar en ellas.

Se destaca especialmente la necesidad de la colaboración. El turismo tiene múltiples oportunidades de financiación, aunque aún podemos trabajar mejor en los fondos europeos y sobre lo que ya se ha desarrollado antes para poder obtener mejores resultados. El futuro de la financiación busca una simplificación y un aumento en el nivel de colaboración.

Javier Remiro es el coordinador del Área de Economía Azul Sostenible en Fundación Biodiversidad. Esta fundación tiene más de 25 años de trayectoria la misión principal de proteger el patrimonio cultural. El programa, según afirma Remiro, tiene distintas líneas de trabajo como cambio climático, economía circular, economía verde, la creación de empleo y apoyo a emprendedores, bioeconomía o economía azul. En el ámbito específico del turismo, pretende llevar la biodiversidad al primer plano de las empresas junto con la administración.

Vincent Ernoux nos habla de las oportunidades que hay disponibles actualmente. Según Ernoux «hay financiación y no es difícil encontrarla». El programa está basado en la cooperación, y es el elemento más importante a tener en cuenta como constructores de puentes. La misión es contribuir de una manera sostenible. Actualmente, el programa provee una financiación que se llevará a cabo en 9 sectores diferentes. Para finalizar, Ernoux define a las pymes como el motor del Mediterráneo.

Axel Rodríguez nos da dos noticias, una buena y otra mala. La mala es que desde Euro-MED no ofrecen de momento financiación. La buena es que cuentan con muchos proyectos que están abiertos a participación como socio asociado. Es decir, se puede trabajar dentro de los proyectos y contribuir, pero sin obtener una financiación como tal.

Sus prioridades las resume en 4 misiones: Misión de englobación, de patrimonio cultural, de zonas de vida verde y la misión de turismo. Esta última la describe como prioritaria. Además, cubren un gran rango de proyectos interesados en cooperar con el exterior.





## 12 Financiación

Capital Azul: Financiando la Revolución de la Economía Azul

# Ejemplos y Mejores Prácticas en Proyectos Financiados Azules

### Moderador

#### Vincent Ernoux

Coordinador en la Oficina Regional en Interreg NEXT MED para el Mediterráneo Occidental.

### Ponentes

#### Alejandro Pérez

Director de los Servicios centrales de Investigación en Salinas de la Universidad de Cádiz.

#### María Dolores Guedes Socorro

Portavoz de PESCATOBAL.

#### Thanos Smanis

Coordinador de sinergias y networking para el Mecanismo de Asistencia de Cuencas Marítimas.

#### Eleonora Ambrosi

Directora de proyectos en X23.

Tenemos el placer de contar en esta mesa redonda con cuatro expertos que han implementado prácticas clave para mejorar la financiación. Es una oportunidad única para descubrir de primera mano cómo se puede conseguir una buena financiación. En primer lugar, se les pide a los ponentes identificar una o dos buenas prácticas que se hayan llevado a cabo, prestando especial atención a aquellas que puedan resultar beneficiosas para el resto de la comunidad.

Thanos Smanis se refiere a la mesa redonda anterior para volver a mencionar la importancia de la colaboración. Smanis defiende que resulta esencial buscar colaboradores entre proyectos nuevos y antiguos. Es necesario conocer a fondo el ecosistema de economía azul y, para esto, resulta fundamental conocer las sinergias. Habla de grupos técnicos de diferentes sectores de la economía azul que son los movilizados para reunir a los distintos colaboradores. Además, destaca una idea fundamental: No se trata de empezar de cero, sino de trabajar sobre lo que ya está hecho. Esto supone una llamada de atención a las nuevas generaciones para seguir analizando lo que se ha hecho hasta el momento para encontrar puntos débiles y reforzarlos. Afirma que no se trata de inventar, sino de reinventar lo que ya existe para alcanzar una versión mejorada.

Eleonora Ambrosi menciona un reto principal. Este reside en encontrar el equilibrio entre las pymes super sostenibles y los que no son sostenibles en absoluto. Además, defiende la necesidad de seguir buscando soluciones digitales para que los resultados de los proyectos

sean más efectivos y poder ofrecerlos a otros países. Es decir, encontrar soluciones digitales e innovadoras para disfrutar de estas experiencias de manera responsable y sostenibles. Es por ello que la digitalización se convierte en otro de los objetivos principales a tener en cuenta si queremos mejorar la financiación. No nos sorprende este foco en la digitalización si tenemos en cuenta la gran importancia que ostentan las tecnologías en la era actual.

Alejandro Pérez trabaja para aumentar la biodiversidad desde las Salinas, que afirma tienen un papel fundamental en el trabajo contra el cambio climático como atraparadoras del carbono. Menciona el aumento de la biodiversidad como fundamental, ya que se utiliza con distintos objetivos que favorecen la economía azul. Con el intento de sensibilizar, desarrollan metodologías para poder equilibrar las actividades del turismo y las económicas con las del medioambiente.

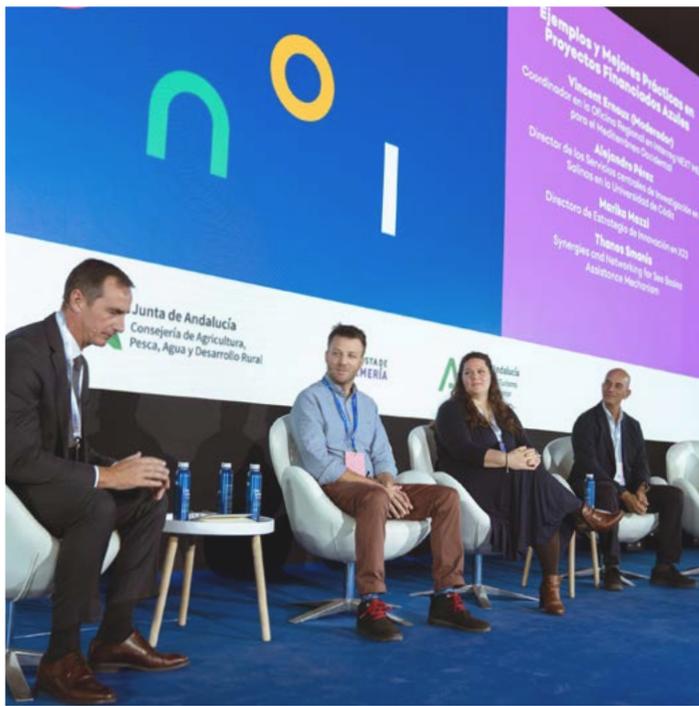
María Dolores Guedes nos presenta su proyecto *Rumbo al azul*, que existe desde hace dos años con el objetivo de complementar el trabajo diario de los pescadores con la diversificación. Bajo el paraguas de la economía azul, este proyecto les ha servido para mostrar a la sociedad civil en qué consisten sus singularidades y particularidades a la hora de trabajar en el sector pesquero. Es desde la educación, afirma, desde donde tenemos que hacer atractiva la idea la oportunidad de diversificación. Tiene un reto claro y sencillo: Continuar defendiendo al sector. Guedes hace referencia a la necesidad de financiación para alcanzar este turismo de valor y sostenible y para mejorar las instalaciones.

### Conclusión

Tras pedirles destacar una prioridad principal, todos los ponentes están de acuerdo en la importancia de incluir a la sociedad en estos proyectos. María Dolores Guedes resalta dos necesidades principales, la de dar a conocer y visibilizar el papel de la mujer en el sector y fomentar la participación de las nuevas generaciones. Alejandro toma prestada la idea de apostar por la mujer para trabajar en las salinas y, por otro lado, menciona la diversificación. Eleonora como experta en innovación, espera trabajar en turismo restaurativo y adaptación al cambio climático, siempre implicando a los más jóvenes a través de los colegios, cuya colaboración ha aportado hasta el momento mucho valor a sus proyectos.

A pesar de la complejidad del tema, las ideas principales han estado perfectamente expuestas y tenemos una idea mucho más clara sobre cómo mejorar las prácticas en proyectos financiados. Esto ha sido posible gracias a la cercanía con la que los ponentes han presentado sus experiencias personales como modelos a seguir.





## 12 Financiación

Capital Azul: Financiando la Revolución de la Economía Azul

# La Financiación del Futuro

### Moderadora

#### Marta Pascual

Responsable del hub español en WestMED (Iniciativa del Mediterráneo Occidental).

### Ponentes

#### Vincent Ernoux

Coordinador en la Oficina Regional en Interreg NEXT MED para el Mediterráneo Occidental.

#### Vincent Favrel

Jefe de Unidad «Economía Azul Sostenible» en CINEA.

#### Inmaculada Aguado-Muñoz

Jefa de la Unidad de Apoyo de la Dirección General de Políticas Turísticas Secretaría de Estado de Turismo.

#### Esther Chacón

Agencia Estatal de Investigación.

Con respecto a la financiación del futuro, Vincent Ernoux reclama una llamada a la acción en torno a la Triple P del sector: Pueblos, Planeta & Profit. Es necesario actuar hacia el futuro próximo y resulta fundamental concebir dicha acción conjunta con la Comisión Europea. Reconoce que no será fácil conseguir más fondos a menos que se demuestre a los 27 estados de la Comisión Europea que existen proyectos que merecen la pena, una demanda elevada y gente muy bien preparada.

Vincent Favrel, que ha estado prestando especial atención a las necesidades que se han expuesto en el congreso, nos da una visión general de la financiación. Además, nos expone una visión general sobre proyectos que se han llevado ya a cabo en el Mediterráneo. Actualmente hay una convocatoria abierta con un presupuesto de 3,8 millones para dos proyectos basada en la innovación en línea con los nuevos enfoques de la economía azul y la sostenible. La innovación juega un papel muy importante por ser relevante para crecer de una manera sostenible en los próximos años. También es esencial la cooperación regional, y este, dice ser el objetivo principal.

En el ámbito nacional, Inmaculada Aguado-Muñoz, afirma que la administración estatal española está trabajando en términos de financiación y el Ministerio de Industria está trabajando en turismo azul.

Aguado-Muñoz señala que, a pesar de que es bien sabido que España es conocida por su turismo cultural y de sol, el foco estos últimos años se ha puesto en alcanzar un turismo más sostenible. En este contexto, el turismo azul brinda una excelente oportunidad.

Con respecto a las experiencias que buscan los turistas en España, destaca que los turistas actuales buscan algo más que tumbarse en la playa. Estos buscan descubrir y experimentar nuestra cultura y nuestras vivencias. Es por ello que resulta fundamental diseñar a la perfección las experiencias que se les va a ofrecer.

### Conclusión

Para finalizar, todos los ponentes hacen una llamada a la acción en torno a la previamente mencionada Triple P. Tras analizar los distintos modelos turísticos, se hace especial hincapié en trabajar en la relación entre el valor del turismo y la ciudadanía, que suponen actualmente un problema tan importante como la sostenibilidad. Una vez más, se destaca la cooperación y colaboración entre distintos factores.

Las nuevas generaciones vuelven a ser protagonistas al igual que la digitalización cuando se trata del futuro de la financiación. Tras escuchar las distintas ponencias de los expertos y prestar atención a los distintos proyectos que se mencionan, vemos como la innovación tiene también un papel fundamental.

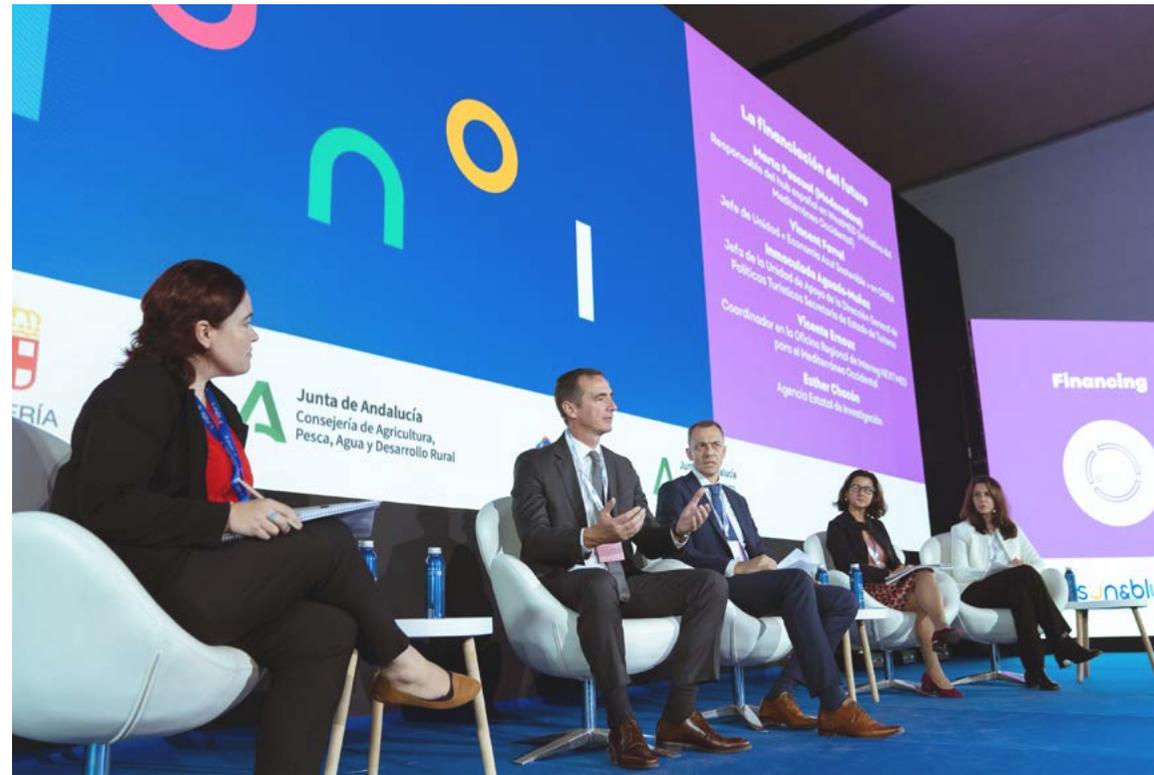
Inmaculada Aguado-Muñoz señala una convocatoria lanzada hace tres años gracias a los fondos Nueva Generación de la Unión Europea que les ha permitido ofrecer financiación a propuestas turísticas innovadoras. Y aquí encontramos la clave, la necesidad de diseñar experiencias innovadoras que supongan un atractivo para los turistas que visitan el territorio.

Esther Chacón, representa la asociación de Economía Azul Sostenible, que también presenta fondos de financiación, nos da algunas cifras sobre la iniciativa a la que hace referencia y que va a durar 7 años. Se van a lanzar varios concursos para financiación de investigación y se van a movilizar 400 millones de euros. Todo esto se llevará a cabo a lo largo de 6 convocatorias cofinanciadas en las que podrán participar tanto instituciones públicas como privadas. El único requisito aparente para participar en dichas convocatorias es que los proyectos tengan agencias de financiación implicadas, ya que estas financian el proyecto dentro de la convocatoria.

La siguiente y tercera convocatoria se llevará a cabo en septiembre de 2025. Ésta se relaciona con el presente congreso ya que se aborda un nuevo campo de intervención centrado en turismo marítimo y costero, el más grande dentro de la economía azul europea. Chacón afirma que el futuro del turismo azul depende de la resiliencia de la economía costera, la resiliencia de las comunidades y de las infraestructuras.

Marta Pascual les pide mencionar los campos de acción que están desprovistos de proyectos. Vincent Ernoux hace referencia a la dieta mediterránea, el turismo de aventura, el *slow food*, el turismo de más edad o de salud como categorías esenciales. Al igual que la relación entre el valor del turismo y la ciudadanía, donde señala un problema tan grande como el de la sostenibilidad. Este problema ha de abordarse en los programas en el futuro de la financiación. Por otro lado, Vincent Favrel hace un llamamiento a las nuevas generaciones y el progreso de la digitalización. Esther subraya que, para cubrir este problema con diferentes intereses, hemos de buscar soluciones innovadoras que den respuesta a varios sectores.







U

n

O

■

■

13

# Hospitality

Reinventando la Hotelería



## 13 Hospitality

Reinventando la Hotelería

## El rol social de la hostelería: Innovación y Sostenibilidad en la Hotelería para la Economía Azul

## Moderador

**Jorge Serrano**  
Secretario General  
de CIDH.

## Ponentes

**Javier Zori**  
Director de Viajes  
de National  
Geographic.

**Gloria Juste**  
Directora Global de  
Sostenibilidad del  
Grupo Palladium.

**Marcos Alonso**  
Director General del  
Hotel Barceló Cabo  
de Gata.

**Beatriz Codes**  
Directora Asociada  
Asuntos Públicos,  
Comunicación y  
Sostenibilidad Área  
Sur de Coca Cola  
European Partners  
Iberia.

La industria hotelera está jugando un papel crucial en la transformación hacia un turismo más sostenible y responsable. Como motor económico y cultural, los hoteles no solo ofrecen alojamiento, sino que también actúan como catalizadores de cambios positivos en las comunidades locales, la preservación del medio ambiente y la economía global. Este enfoque, basado en la sostenibilidad y la innovación, ha adquirido una relevancia especial en el contexto de la economía azul, donde los recursos naturales, culturales y sociales se utilizan de manera responsable para generar prosperidad.

Javier Zori, Director de Viajes en National Geographic, subrayó que la sostenibilidad, aunque fundamental, se ha convertido en un término ya desgastado, vacío, y muchas veces mal entendido. Desde su perspectiva, la clave está en que la sostenibilidad hay que contarla de manera efectiva y sobre todo, enseñarla con hechos. Para ello, los hoteles deben comunicar sus esfuerzos a través de experiencias únicas y mensajes positivos, alejándose de la culpabilización, es decir, que el huésped no se sienta culpable. La sostenibilidad no debe percibirse como un deber, sino como una oportunidad para disfrutar de lo local: Huertos propios, pesca sostenible o colaboraciones con artistas y productores locales. Estas prácticas no solo enriquecen la experiencia del huésped, sino que diferencian a cada establecimiento al reflejar la autenticidad de su entorno.

Gloria Juste, Directora global de sostenibilidad del Grupo Palladium, destacaba que la sostenibilidad no es una moda reciente, sino una filosofía que lleva décadas en desarrollo. Para ella, el verdadero impacto radica en tres pilares fundamentales: Las personas, las comunidades y el planeta. Escuchar a los trabajadores, integrarlos en el compromiso sostenible y garantizar que las decisiones empresariales transformen positivamente el entorno son prácticas esenciales. «Un hotel no solo debe ser un negocio, sino un agente de cambio que deje una huella positiva en la comunidad y en el planeta», afirma.

### Conclusión

**La sostenibilidad en la hostelería no se debe limitar a un simple esfuerzo ecológico, sino que debe abarcar una transformación profunda en cómo las empresas gestionan sus recursos, interactúan con sus comunidades y comunican su impacto. Los establecimientos hoteleros tienen la capacidad de liderar cambios significativos, desde la preservación del medio ambiente hasta la revitalización de economías locales.**

**Además, comunicar estos esfuerzos de manera clara y auténtica no solo fortalece la conexión con los huéspedes, sino que también inspira un cambio de hábitos y comportamientos. En este proceso, la colaboración entre empresas, trabajadores y comunidades locales es esencial para alcanzar un modelo de turismo sostenible que beneficie a todos. Así, la hostelería puede reafirmar su papel como un pilar activo y fundamental en la construcción de un futuro más responsable y equitativo dentro de la economía azul.**

En el Hotel Barceló Cabo de Gata, su Director general, Marcos Alonso, ha desarrollado una estrategia centrada en tres ejes principales: Apoyar la economía local mediante proveedores de proximidad y kilómetro cero, fomentar la justicia social dentro de la empresa y promover una relación armónica entre las personas y el medio ambiente. Alonso enfatiza que la responsabilidad empresarial debe ir más allá de las expectativas del cliente, convirtiéndose en un ejemplo de buenas prácticas para toda la industria.

Beatriz Codes, de Coca-Cola European Partners, aportó una perspectiva más amplia sobre cómo las grandes empresas y multinacionales pueden liderar el camino hacia la sostenibilidad. Desde 2017, su compañía ha implementado objetivos medibles en seis áreas clave: Reducción de emisiones de carbono, devolución del agua utilizada a través de proyectos de conservación, envases sostenibles, disminución de azúcar en sus productos, inclusión de jóvenes y mujeres, y la sostenibilidad en toda su cadena de suministro. Este enfoque integral no solo busca el cumplimiento interno, sino que también impulsa y anima a sus proveedores a adoptar prácticas responsables.

La gastronomía también ha surgido como una herramienta poderosa para conectar a los huéspedes con la sostenibilidad. Desde la creación de platos elaborados con ingredientes locales, en los menús de los hoteles, hasta la promoción de prácticas culinarias responsables, la comida puede ser un vehículo efectivo para transmitir la importancia de cuidar el medio ambiente. Según Zori, este enfoque permite que los viajeros vivan la sostenibilidad de manera tangible, convirtiendo su estancia en una experiencia educativa y enriquecedora.

Sin olvidar que el compromiso de los hoteles con la sostenibilidad no termina en sus instalaciones. Los entornos naturales, históricos y culturales que rodean a los establecimientos son elementos esenciales que deben preservarse y potenciarse para garantizar que los hoteles sean agentes activos en la conservación de su entorno y, a su vez, esto valga también como atractivo turístico.





## 13 Hospitality

### Reinventando la Hotelería

# Construcción y Operaciones Verdes en el Sector Hotelero

#### Moderador

**Jorge Serrano**  
 Secretario General  
 en CIDH.

#### Ponente

**Lisa Simone**  
 Directora de  
 Programas World  
 Ocean Council.

**Francisca García**  
 CEO en Casa 1800.

Los participantes destacaron la necesidad de adoptar prácticas sostenibles en todas las etapas del negocio hotelero, desde la construcción hasta la gestión diaria. Jorge Serrano, moderador de la mesa subrayó la importancia de la ubicación de los hoteles, la necesidad de evaluar el impacto ambiental y la importancia de involucrar a los proveedores en la cadena de valor.

Lisa Simone habló sobre la importancia del sector en la economía azul. Un punto clave es la ubicación de los hoteles: Hay que evaluar el impacto ambiental, dónde se va a construir, pensar en la sostenibilidad y los principios de economía circular desde el primer momento, considerando aspectos importantes como los materiales a emplear. También destacó que hay que ser más sostenibles en el diseño y en la fase de estar en funcionamiento así como en la de final de vida del establecimiento.

Para los hoteles de nueva construcción puede considerarse emplear un diseño flexible o modular que permita utilizar materiales más flexibles, menos tóxicos, y pensar también en la naturaleza, cómo contribuir al ecosistema local o la biodiversidad marina si estás en la costa.

Una cuestión a la que dio especial importancia es la hora de contratar con empresas proveedoras de materiales para que sigan también los principios de sostenibilidad. Lisa hizo el análisis de que la gente que acaba eligiendo hoteles sostenibles les importa la experiencia.

En cuanto a los turistas, señala que serán cada vez más conscientes de dónde se alojan y lo que realmente quieren, por lo que toca hacer un cambio de paradigma y los hoteles o destinos tienen la oportunidad de ser líderes en eso ahora. Hay que decidir si te quedas atrás o subes al tren de la sostenibilidad, tienes la oportunidad de ser líder y referente, y afirma que cualquier hotel puede contribuir a un entorno más sostenible marítimo, aunque no estés en la costa, se puede reducir emisiones y hacer muchas cosas al respecto.

#### Conclusión

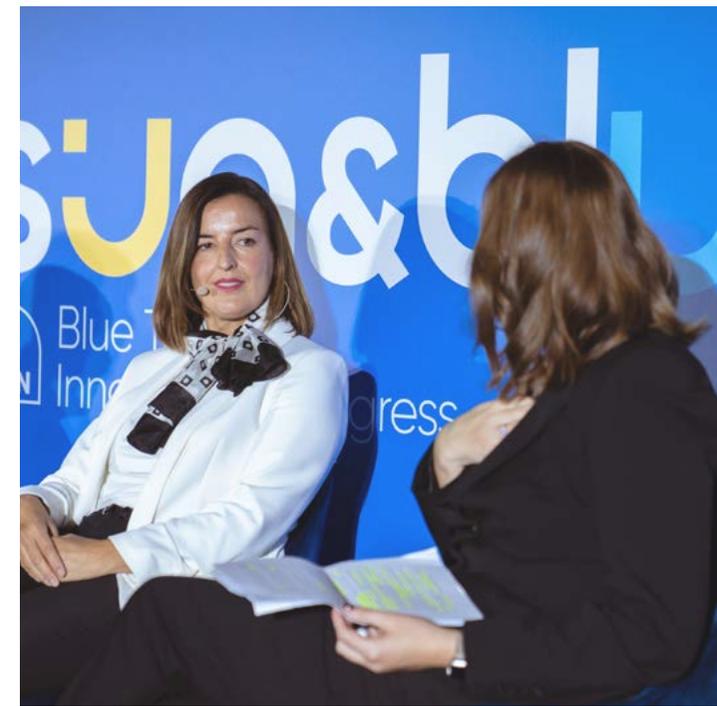
**La mesa redonda concluyó que la sostenibilidad es un imperativo para el futuro del sector turístico. Los hoteles tienen la oportunidad de convertirse en agentes de cambio y contribuir a un futuro más sostenible. Para lograrlo, es necesario adoptar un enfoque integral que involucre a todos los actores de la cadena de valor y fomentar la colaboración y el liderazgo.**

Lisa también quiso tener una mención especial sobre el papel de los trabajadores del sector turístico: El papel de los empleados respecto a la sostenibilidad es una responsabilidad compartida. En hotel o crucero los empleados deben dar ejemplo, tienen que hacer también que se respeten las indicaciones y afirmó que existirá un futuro en el que los empleados querrán trabajar en un hotel sostenible antes que en otro.

Francisca García, representante de Casa 1800, compartió la experiencia de su empresa en la implementación de prácticas sostenibles en hoteles boutique. Destacó la importancia de un enfoque integral y la necesidad de superar los desafíos iniciales. La ponente enfatizó el papel fundamental de la colaboración entre los actores del sector para acelerar la transición hacia un turismo más sostenible.

Destacó los beneficios de la sostenibilidad: No solo es una responsabilidad, sino también una oportunidad para diferenciarse en el mercado y atraer a un público cada vez más consciente. Los hoteles sostenibles pueden mejorar su reputación, reducir costos a largo plazo y contribuir al desarrollo económico local. Destaca también la importancia de las certificaciones y las medidas concretas que se pueden implementar en hoteles boutique, como la gestión eficiente del agua y la colaboración con la comunidad local. Francisca afirma que quien no esté ya en la vía de la sostenibilidad va tarde.





## 13 Hospitality

Reinventando la Hotelería

## Marketing Verde y Estrategias de Mercado para Hoteles Sostenibles

### Moderador

#### Jorge Serrano

Secretario General de CIDH.

### Ponentes

#### Francisca Molina

Delegada de Andalucía en DIRSE.

#### Juan Manuel Martínez

Director General de Green & Human.

#### Vicente Romero

Presidente de CIDH.

Francisca Molina comenzó subrayando la necesidad de unificar conceptos y utilizar un lenguaje claro y sencillo para comunicar la sostenibilidad. Destacó la importancia de involucrar a los empleados y de ofrecer opciones de participación a los clientes. Introduce el concepto de carencias o retos a la hora de comunicar y encuentra que hay dos preguntas clave: ¿Primero gestión sostenible o consumo responsable?

Las empresas en el turismo, por su impacto necesitan acompañar sus acciones con otras de sensibilidad a consumidores y turistas. Hay hoteles con estrategias implantadas de sostenibilidad y que el consumidor no cumple. Hay que tomar iniciativa y empujar, sostenibilidad sí o sí: Tiene que formar parte del modelo de negocio pero debe ir acompañado de acciones de concienciación hacia el consumidor.

Francisca se pregunta ¿cuáles son las mejores prácticas para comunicar iniciativas de sostenibilidad? Lo primero es unificar conceptos, usar un lenguaje que todo el mundo entienda. Lanza otra pregunta: ¿Qué es desarrollo sostenible en hostelería? Buscar satisfacción impactando lo menos posible medioambientalmente y poniendo en valor el entorno natural o urbano que tenemos. Da igual si eres cadena hotelera o un pequeño alojamiento rural.

Señala que tenemos dos clientes para comunicar: El interno y el externo. Los mejores prescriptores son los propios trabajadores y proveedores, los clientes internos. Si ellos no están satisfechos no lo estará el externo. También indicó que hay un hacer una hoja de ruta con acciones en las que se está trabajando y analizar dónde estamos, que tenemos hecho y sin olvidar el aspecto económico.

Reflexiona sobre que hay miedo a comunicar por miedo a caer en el *green washing*, del que cree que hay mucho todavía, y cuanto más grande la empresa, más. Además traspasan la responsabilidad de la sostenibilidad al consumidor.

### Conclusión

**La mesa redonda reunió a destacados expertos que analizaron los desafíos y oportunidades en este ámbito. Los participantes coincidieron en la importancia crucial de una comunicación efectiva para impulsar la adopción de prácticas sostenibles en el sector. Destacó la necesidad de una comunicación auténtica, transparente y personalizada para impulsar la sostenibilidad en el sector turístico.**

**Se recomendó a las empresas turísticas invertir en formación para sus empleados, establecer indicadores de desempeño claros y colaborar con otros actores del sector para promover prácticas sostenibles, así como evitar a toda costa el llamado green washing.**

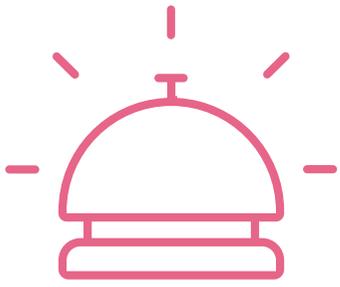
Juan Manuel Martínez enfatizó los desafíos de comunicar la sostenibilidad de manera efectiva al consumidor. Destacó la necesidad de personalizar los mensajes y coincidió en la importancia de evitar el *green washing*. Señaló también que el lenguaje del marketing no se entiende bien en el discurso de la transformación: No qué acciones se hacen sino hacia dónde te mueves, qué haces. Además puso el acento en el lenguaje porque cambiamos nombres continuamente: Turismo sostenible, luego turismo responsable, luego otra cosa sostiene que hay que avanzar de un modelo de marketing a un modelo de branding que hable de quiénes somos.

Aborda también aspectos como el cumplimiento de normativas y obtención de certificaciones, asegurando que no hace falta comunicar que cumples con la ley, como separar residuos por ejemplo, como no hay que comunicar que tienes un plan de igualdad: No se debe comunicar cosas a las que estás obligado por Ley. Además, sobre las certificaciones afirma que a veces el consumidor no sabe lo que es ni lo que conlleva.

Vicente Romero subrayó la importancia de la comunicación interna y la relación entre la tecnología y la sostenibilidad. Advirtió sobre los riesgos de aumentar los precios en nombre de la sostenibilidad sin una justificación real. En cuanto a la comunicación y basándose en su amplia experiencia como profesional del sector, tiene claro que hay que empezar por el personal base.

La fuerza hay que hacerla en el propio equipo, el personal, cómo comunicas y te relacionas con ellos se muestra convencido de que el cliente volverá a tu establecimiento por cómo ha percibido la comunicación con ellos, no por la legislación que cumples. La sostenibilidad no tiene nada que ver, es una estrategia de recuperarse económicamente, se aprovechan de la sostenibilidad para sacar dinero y cree que hay una burbuja de aumento de precios porque sí tendrá que explotar algún día. También sostiene que es crucial comunicar sin *green washing*, apoyarse en el equipo, en nuestro personal, transmitir la sostenibilidad eco, ambiental y social.







# 14

## Deportes

Deporte Azul: En acción por  
un Futuro Sostenible



## 14 Deportes

Deporte Azul: En acción por un Futuro Sostenible

## Más Allá de la Meta: Eventos Deportivos como Catalizadores del Turismo Azul

## Moderador

**Ignacio de las Cuevas**

Director de Innovación Turística y Estrategia de Andart Global.

## Ponentes

**Beatriz Beeckmans**

Responsable de Comunicación sobre Política Oceánica en The Ocean Race.

**Luis Alberto Guillén**

Director General de la Dirección General de Estrategia Turística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú.

**Kianoosh Mehrabi**

Miembro de la Junta Directiva de la Federación Internacional de Rafting (IRF).

**Antonio Jesús**

**Casimiro Andújar**  
Concejal Delegado de Área de Ciudad Activa, Movilidad Urbana y Deporte.

El mar, además de ser un espacio natural invaluable, se está consolidando como un catalizador para el turismo, la conciencia ambiental y la promoción de la salud integral. Los eventos deportivos pueden convertirse en una herramienta clave para la protección del medio ambiente marino y el desarrollo de comunidades costeras. Desde competiciones de talla mundial como la Ocean Race hasta estrategias locales en Perú y Almería. El deporte en la actualidad moviliza recursos y voluntades políticas y ciudadanas hacia un futuro más sostenible.

Uno de los casos más destacados fue el de la Ocean Race, una vuelta al mundo a vela que se ha transformado en mucho más que una competición deportiva. Este evento, celebrado cada cuatro años, integra un fuerte componente de investigación científica con el objetivo de generar conciencia sobre la contaminación por microplásticos. Los barcos participantes recopilan datos en alta mar, que luego son compartidos con instituciones académicas para avanzar en el conocimiento de los impactos de la actividad humana en los océanos. Además, la Ocean Race deja un legado significativo en cada ciudad anfitriona, promoviendo programas de educación ambiental y la implicación de la comunidad local, desde los equipos hasta los espectadores.

En la costa del Pacífico, Perú emerge como un referente en la integración del deporte con el turismo azul y la sostenibilidad. Con más de 3.000 kilómetros de litoral, el país ha sabido aprovechar su riqueza natural y su tradición marítima para posicionarse como un destino ideal para deportes acuáticos, especialmente el surf. El norte peruano, donde convergen dos corrientes marinas, ofrece un entorno único para esta práctica, que ha crecido exponencialmente en popularidad, incluso en Lima, su capital. Más allá de los beneficios económicos, el surf fomenta una conexión profunda con la naturaleza y refuerza la conciencia ambiental. Este compromiso se ha extendido al ámbito

### Conclusión

**El deporte tiene el potencial de liderar una transformación cultural hacia un modelo de desarrollo más sostenible. El mar, como espacio de disfrute y recurso vital, necesita ser protegido y valorizado. Las iniciativas discutidas en el panel marcan un camino claro: Integrar el deporte con la sostenibilidad es una estrategia ganadora para garantizar que las próximas generaciones puedan disfrutar de un mar limpio, saludable y lleno de oportunidades.**

**Este compromiso colectivo con la conciencia ambiental y la salud integral posiciona al deporte como un catalizador esencial en la construcción de un futuro azul, donde el equilibrio entre el desarrollo humano y la preservación de los ecosistemas marinos sea una prioridad compartida.**

deportivo internacional, con Perú como anfitrión de eventos como los Juegos Panamericanos y los próximos Juegos Olímpicos de 2027, en los que el surf tendrá un papel protagónico.

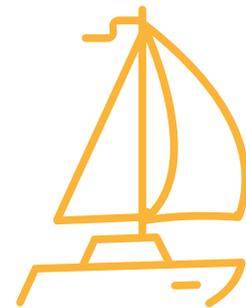
Almería, por su parte, demuestra cómo el deporte puede convertirse en un motor de transformación social y ambiental. Su variada geografía, que incluye desiertos, montañas y una extensa costa, la posiciona como un enclave privilegiado para actividades al aire libre como el *windsurf*, el *kitesurf*, el ciclismo y el senderismo. Desde el Ayuntamiento de Almería, Antonio Jesús Casimiro Andújar destacó la importancia de utilizar el deporte como una herramienta para educar en valores medioambientales y promover la salud integral. Iniciativas como la organización de eventos deportivos que incluyen la recogida de residuos en el mar y en la montaña, son ejemplo de cómo conectar a la población con la naturaleza mientras se fomenta el respeto por el entorno.

El panel también subrayó el papel del deporte en la promoción de la salud integral, incentivando a las comunidades a adoptar estilos de vida activos y saludables. A través de eventos deportivos y actividades al aire libre, se busca no solo promover la actividad física, sino también reforzar el vínculo emocional y cultural con el entorno natural. Estas estrategias no solo benefician a los residentes, sino que también posicionan a las regiones costeras como destinos turísticos únicos y sostenibles.

Ejemplos como la Ocean Race, las estrategias peruanas y las iniciativas de Almería demuestran que el deporte puede ser una herramienta poderosa para abordar desafíos ambientales y sociales. Al fomentar actividades al aire libre, promover la educación ambiental y proteger los ecosistemas marinos, estas iniciativas refuerzan la conexión de las personas con el mar y con el planeta en general.

El futuro del turismo azul es prometedor, con un creciente interés en experiencias auténticas que combinen deporte, naturaleza y sostenibilidad. Para garantizar este futuro, es crucial seguir desarrollando programas que integren la protección del medio ambiente con la práctica deportiva. Las actividades acuáticas y los eventos en torno al mar no solo generan beneficios económicos, sino que también construyen comunidades más resilientes y conscientes de la importancia de preservar los recursos naturales.





## 14 Deportes

Deporte Azul: En acción por un Futuro Sostenible

## Green Fairways: El Golf como Catalizador de Sostenibilidad y Desarrollo Económico

## Moderador

**Kiko González**  
Gerente Almería Sports Destination.

## Ponentes

**David Gómez**  
Director Green Section de RFEG.

**Miguel Navarro**  
Secretario General y Gerente Real Federación Andaluza de Golf.

**Francisco Javier Mendoza**  
Director del Campo de Golf Playa Serena.

El golf en Andalucía se ha consolidado como un motor económico clave, atrayendo a jugadores de toda Europa y generando un impacto positivo en la economía local, especialmente durante la temporada baja, que se extiende de octubre a mayo. Campos emblemáticos como Playa Serena, en Almería, se llenan de visitantes que buscan disfrutar de este deporte en un entorno único. Este auge no solo ha posicionado a Andalucía como un destino líder en turismo de golf, sino que también ha transformado la percepción de esta actividad, que ha pasado de ser considerada una oferta complementaria al turismo de sol y playa a convertirse en uno de los principales atractivos de la región.

El cambio de paradigma ha impulsado una significativa creación de empleo y ha motivado la inversión en infraestructuras relacionadas con el golf, beneficiando tanto a las comunidades locales como a la industria turística en general. Sin embargo, este crecimiento enfrenta desafíos importantes, especialmente en términos de sostenibilidad. La necesidad de optimizar el uso de recursos, en particular el agua, y de reducir el impacto ambiental de los campos de golf, ha llevado a la industria a replantear sus prácticas, adoptando soluciones innovadoras que equilibren el desarrollo económico con la responsabilidad medioambiental.

La Federación Andaluza de Golf está liderando estos esfuerzos, trabajando en colaboración con la Junta de Andalucía para implementar prácticas que garanticen la sostenibilidad del sector. Entre las medidas adoptadas se encuentra el uso de especies de césped más resistentes, que requieren menos agua y mantenimiento, así como la incorporación de sistemas de riego inteligentes y sensores de humedad del suelo que optimizan el consumo de agua. Estas tecnologías no solo mejoran la eficiencia del riego, sino que también reducen el impacto ambiental de los campos, alineándose con las demandas de una sociedad cada vez más consciente de la necesidad de cuidar el entorno natural.

### Conclusión

**El golf en Andalucía tiene ante sí un horizonte brillante. Su capacidad para equilibrar crecimiento económico y sostenibilidad lo posiciona como un ejemplo para otras regiones. Con un enfoque claro en la innovación y el respeto por el entorno, la industria está preparada para consolidarse como un motor económico de importancia global, asegurando que tanto los jugadores como las comunidades locales puedan seguir disfrutando de los beneficios de este deporte en un entorno privilegiado.**

**Andalucía no solo se reafirma como un referente en el turismo de golf, sino también como un modelo de cómo el compromiso con la sostenibilidad puede transformar un sector para hacerlo más resiliente y competitivo.**

Otro paso significativo hacia la sostenibilidad es la promoción del uso de agua regenerada para el riego. Esta práctica, que aprovecha aguas residuales tratadas, no solo alivia la presión sobre los recursos hídricos convencionales, sino que también representa un ejemplo claro de cómo la innovación puede transformar los desafíos ambientales en oportunidades. La reciente sequía que ha afectado a la región ha subrayado la importancia de estas iniciativas, demostrando que la sostenibilidad no es solo un valor añadido, sino un requisito indispensable para la continuidad del sector.

El enfoque sostenible del golf en Andalucía no solo responde a las necesidades medioambientales, sino que también refuerza la competitividad de la región como destino de golf de clase mundial. Al ofrecer una experiencia de alta calidad a los jugadores en campos que respetan y valoran el entorno, Andalucía se posiciona como una referencia global en el turismo de golf responsable. Este compromiso con la sostenibilidad no solo beneficia a la industria, sino que también genera un impacto positivo en las comunidades locales, promoviendo un desarrollo económico equilibrado y respetuoso con el medio ambiente.

Las conclusiones de este análisis subrayan que el golf en Andalucía está en un punto de inflexión. La combinación de sostenibilidad e innovación está sentando las bases para un futuro prometedor, en el que la región no solo seguirá atrayendo a jugadores de todo el mundo, sino que también se destacará por su compromiso con el desarrollo sostenible. La optimización del uso del agua, la adopción de prácticas medioambientales responsables y la mejora continua de la experiencia del visitante son los pilares sobre los que se construirá el futuro del sector.





14 **Deportes**

Deporte Azul: En acción por un Futuro Sostenible

## Deporte Azul: Oportunidades de Desarrollo Local

### Moderador

#### Ignacio de las Cuevas

Director en Innovación Turística y Estrategia de Andart Global.

### Ponentes

#### Jordi Carrasco

Director General de ANEN.

#### Elisabet González

Responsable de la Oficina Técnica de Turismo en la Diputación de Barcelona.

#### Marc Espasa

Coordinador de los servicios turísticos y culturales en Ayuntamiento de Salou.

#### Marta Gemma Nel-lo Andreu

Directora de la Catedra de Innovación i Recerca Turística Salou-Costa Daurada en URV.

Uno de los temas destacados fue el auge de la náutica recreativa en España, un sector que ha ganado relevancia en los últimos años, especialmente tras la pandemia. Esta actividad no solo representa una fuente significativa de ingresos, sino también una herramienta para diversificar el turismo en regiones que tradicionalmente dependen del modelo de sol y playa. Carrasco insistió en que la náutica recreativa no debe considerarse únicamente como ocio, sino como un motor económico estratégico que genera empleo especializado en las zonas costeras. Desde la provincia de Barcelona, Elisabet González destacó cómo los planes de sostenibilidad turística han potenciado esta modalidad al combinarla con el cicloturismo y el senderismo, promoviendo una oferta que atrae visitantes durante todo el año y reduce la estacionalidad.

La accesibilidad fue otro punto clave de la discusión. Marta Nel-lo, Directora de la Cátedra de Innovación e Investigación Turística de Salou-Costa Daurada, resaltó que garantizar que el turismo azul sea inclusivo no solo responde a un principio de equidad, sino que también amplía el alcance de su impacto positivo. Hacer que estas actividades sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades, genera beneficios sociales y diversifica la base de turistas. En línea con esta visión, Marc Espasa, del Ayuntamiento de Salou, explicó cómo su región está integrando el deporte azul en una estrategia más amplia de diversificación turística, a través de eventos, infraestructuras náuticas y programas educativos que fomentan tanto la actividad local como la identidad cultural.

La sostenibilidad y la innovación tecnológica también fueron aspectos centrales en el debate. Elisabet González destacó el potencial de herramientas como la inteligencia artificial y los sistemas de análisis de datos para adaptar las políticas públicas a las necesidades del

entorno y de los turistas. Estas tecnologías permiten gestionar recursos de manera más eficiente, promoviendo un desarrollo equilibrado y respetuoso con el medio ambiente. La sostenibilidad no solo es un objetivo, sino una ventaja competitiva para los destinos costeros que deseen posicionarse como referentes globales en turismo responsable.

Los ponentes coincidieron en que el éxito del deporte azul y, en general, del turismo azul, depende de la gobernanza y de la colaboración público-privada. La coordinación entre administraciones, empresas y comunidades locales es fundamental para maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de estas iniciativas. Un modelo inclusivo y participativo asegura que los ingresos generados por el turismo azul se distribuyan equitativamente y que las comunidades locales se beneficien directamente de los avances en este sector.

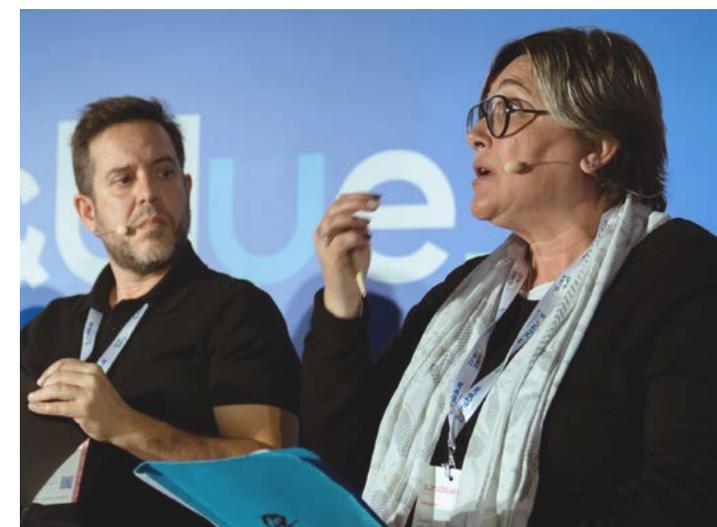
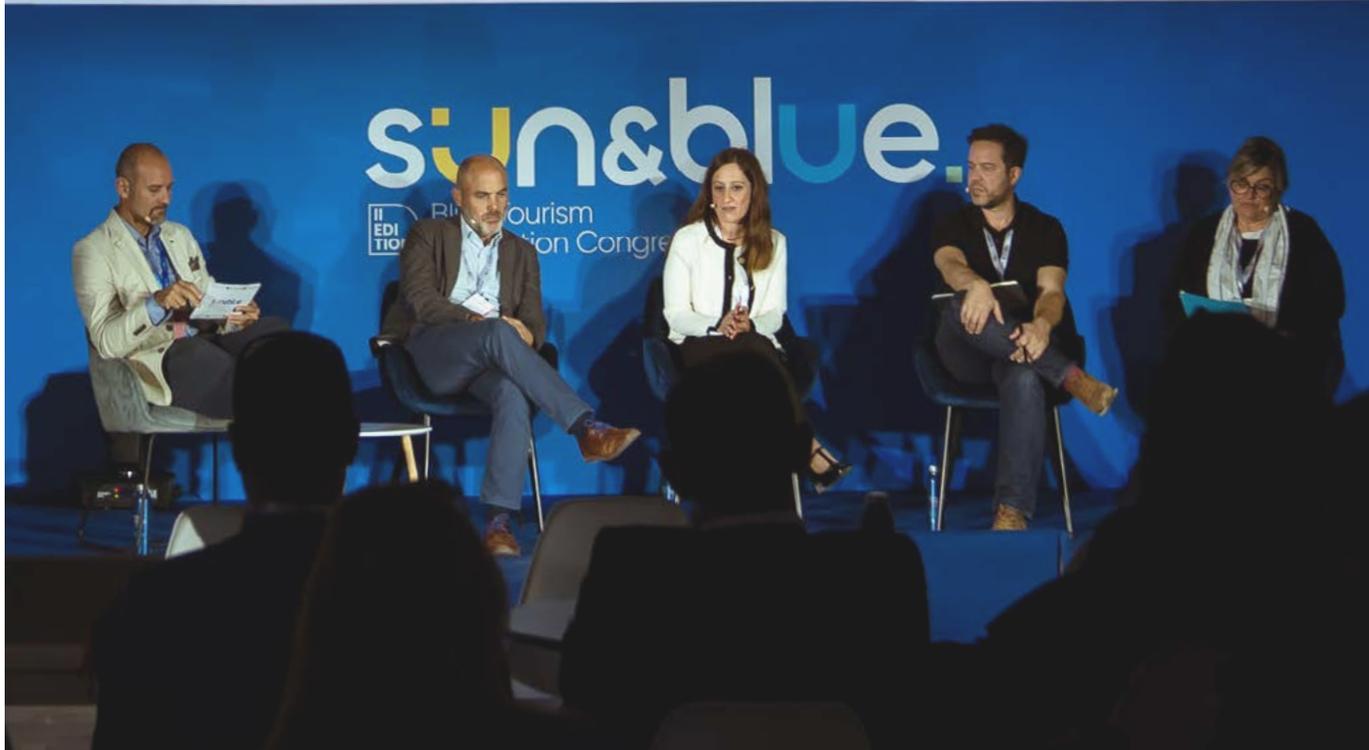
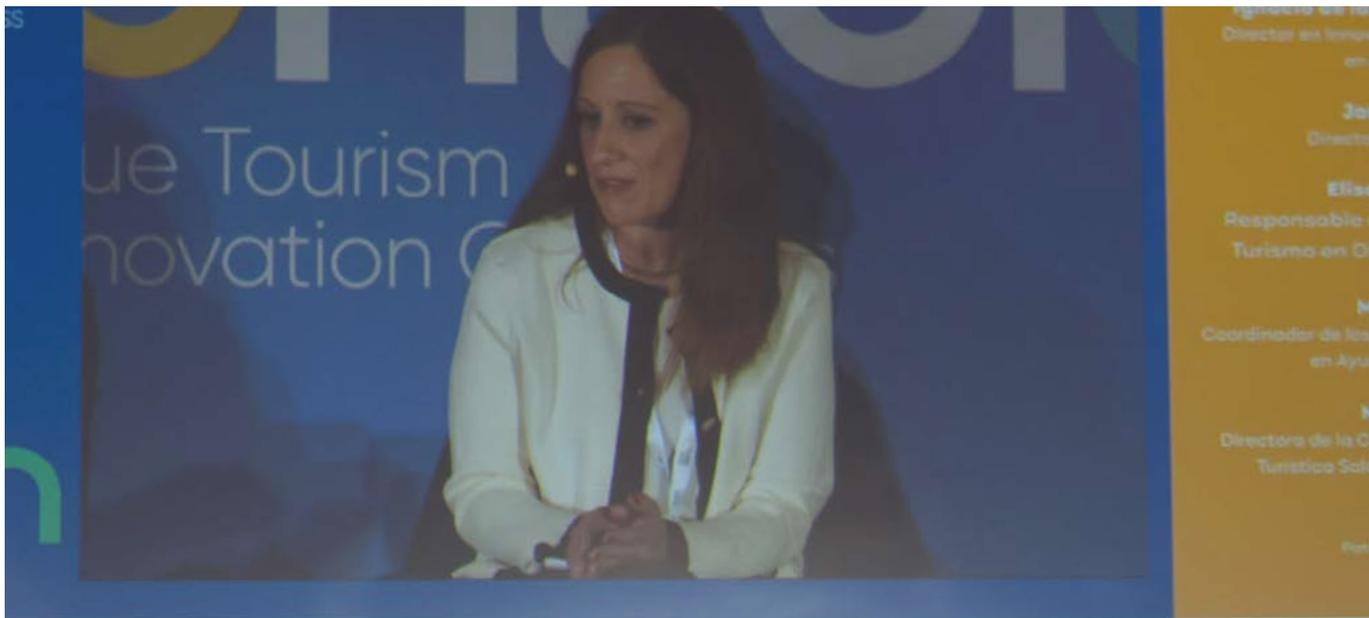
Las conclusiones del congreso enfatizaron cuatro elementos clave para garantizar el desarrollo del turismo azul en España. Primero, la diversificación turística, mediante actividades como la náutica recreativa y el cicloturismo, es fundamental para reducir la dependencia del turismo de temporada alta y generar ingresos durante todo el año. Segundo, la sostenibilidad y la innovación deben integrarse en los planes turísticos, utilizando tecnologías avanzadas para crear modelos de gestión más eficientes y respetuosos con el entorno. Tercero, garantizar la accesibilidad y la inclusión es crucial para ampliar el alcance del turismo azul, haciéndolo más equitativo y generando un impacto social positivo. Finalmente, la colaboración público-privada es indispensable para crear un marco que permita el desarrollo equilibrado y sostenible de este sector.

### Conclusión

**El deporte azul tiene el potencial de convertirse en un motor de cambio en las regiones costeras de España. No solo es un atractivo turístico emergente, sino también una herramienta para abordar desafíos económicos, sociales y ambientales.**

**Con una planificación estratégica y una gobernanza inclusiva, el turismo azul puede transformar las comunidades costeras, haciéndolas más resilientes, sostenibles y competitivas en un mercado global en constante evolución. Este sector no solo representa una oportunidad económica, sino también un compromiso con un desarrollo más equilibrado y respetuoso con las necesidades de las personas y el medio ambiente.**







15

## KEYNOTE

**Sostenibilidad ambiental:  
Los residuos y la  
descarbonización**

## 15 KEYNOTE. Sostenibilidad ambiental: Los residuos y la descarbonización

### Ponente

#### Jaume Cabre Alcoverro

Jefe de Ingeniería,  
Innovación y Proyectos  
Estratégicos de  
PreZero.

Jaume Cabré, que se define como un apasionado de la innovación en su sentido más amplio, nos proporciona una visión clave sobre cómo liderar un cambio hacia un futuro más sostenible. Este es el objetivo que ha estado presente durante todo el congreso. Comienza felicitando el hecho de que actualmente haya una mayor preocupación en torno a los residuos con respecto a épocas anteriores. Según Cabré, es necesario evaluar cómo se está llevando a cabo la gestión de estos residuos. Así mismo, defiende la importancia de esta consideración afirmando que estos residuos constituyen una fuente de materias primas secundarias y serán en un futuro sustitutos del carbón fósil.

Según Cabré, estamos viviendo un momento extraordinario. Para respaldar esta afirmación, muestra un gráfico en pantalla sobre los objetivos de reciclaje. El objetivo principal sería ser neutros en 2050, es decir, alcanzar un porcentaje 0 con respecto al desperdicio de residuos. Esto, afirma Cabré, ha provocado un cierto desasosiego porque muchas organizaciones y países no saben cómo cumplir el objetivo. De hecho, en España, las cifras actuales no son positivas ya que nos encontramos por debajo de los requisitos y objetivos actuales.

### Conclusión

Tras todos los preocupantes datos que Cabré expone, afirma que de todos y cada uno de nosotros depende que el momento que estamos viviendo sea extraordinariamente bueno o malo. Por lo tanto, nos hace responsables de actuar y empezar a cambiar nuestros modelos de conducta individualmente para alcanzar los objetivos que se han establecido a nivel nacional y global.

Cabré nos pide que revalorizamos el concepto de residuo y empecemos a distinguir lo que tiene valor y es aprovechable. Además, resultaría útil copiar el modelo de actuación de estos países para poder obtener resultados similares, y, por lo tanto, hay todavía mucho trabajo por hacer.

Sin embargo, hay países que van muy adelantados y ya están cumpliendo los objetivos de 2035. Si analizamos qué hacen estos países, vemos que apuestan por un reciclaje de mucha calidad y la valorización energética.

Como principales barreras para el despliegue de la Economía Circular señala la masa crítica, el marco normativo en el que nos encontramos la condición *fin de residuo*, la saturación del mercado que hace necesaria la búsqueda de nuevos usos y, por último, los precios de vertido y materias primas vigentes.

Cabré, no muestra cómo se trabaja en consonancia con el objetivo de desarrollo sostenible número 7 de la ONU. Este objetivo se basa en garantizar el acceso a una energía asequible, segura y sostenible para todas las personas. Los residuos suponen precisamente esta fuente de energía, de ahí la importancia de todo lo explicado hasta el momento.







# 16

## Clausura Institucional

## 16 Clausura Institucional

### Ponentes

#### **Sacramento Sánchez**

Primera Teniente de Alcalde de Ayto. de Almería.

#### **Tim Ott**

Director General de Sun&Blue Congress.

#### **Juan José Alonso**

Delegado Territorial de Turismo, Cultura y Deporte en Almería.

#### **Fernando Giménez**

Diputado y Vicepresidente de la Diputación de Almería.

#### **Consolación Vera**

Viceconsejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural.

Esta última jornada del congreso ha estado dedicada a hablar de economía y ha supuesto un chute de positividad, alegría y esperanza. Además, se han expuesto diversas oportunidades y estrategias para que ninguna buena idea se quede sin financiación.

Sacramento Sánchez comienza la clausura del Sun&Blue Congress dando las gracias a todos los participantes por el conjunto de emociones que ha supuesto el congreso. No solo agradece a los 198 ponentes procedentes de 33 países diferentes y a las 331 empresas que han mostrado su compromiso con el planeta, sino también a los distintos artífices del congreso, a instituciones como la Junta de Andalucía y a la Diputación de Almería.

Tras haber escuchado las distintas ponencias, se vuelve a realzar la imagen de Almería como una ciudad azul que vive y piensa en azul, que quiere ser referente y modelo para otras ciudades. La elección de Almería como sede del congreso no ha sido casual, sino que se debe a que esta representa un enclave excepcional. Esta idea ya se presentaba en la apertura del congreso, pero tras los conocimientos e ideas que se han expuesto en las distintas ponencias, esta idea cobra sentido en el cierre oficial.

Se han sacado conclusiones muy importantes de todos y cada uno de los expertos y de sus respectivos proyectos. Además, los distintos participantes han profundizado en la necesidad de actuar sensiblemente con los recursos naturales del planeta y han concienciado a todos los presentes de que es posible hacer de nuestro mar, un elemento generador de empleo. En esta línea, desde el ayuntamiento de Almería se comprometen a seguir trabajando en la línea de la sostenibilidad, la accesibilidad y la calidad de los servicios.

Tim Ott menciona varias ideas principales que han sido protagonistas durante los tres días que ha durado el congreso. Por ejemplo, la urgencia de fomentar la colaboración público-privada entre las empresas. A nivel puerto y ciudad, nos encontramos el foco en la innovación tecnológica. A nivel de economía azul y tecnología, esta última es clave para optimizar recursos y gestionar la sostenibilidad, ya que se requiere estandarización y accesibilidad.

La cultura, la gastronomía y el deporte, intrínsecos en nuestra sociedad, son catalizadores del turismo sostenible y, por ende, se han convertido en los grandes protagonistas. Son un gran

distintivo de calidad con respecto a otros destinos y por ello son el punto de partida para diseñar las nuevas experiencias que buscan los turistas y para alcanzar el concepto de turismo regenerativo que tanto hemos escuchado durante las ponencias. Este concepto de turismo regenerativo es clave para el futuro sostenible de los destinos.

Durante la última jornada hemos podido aprender de proyectos de financiación de toda índole y comprender la importancia de la Triple P: People, Planet & Profit. Este congreso nos ha dado una gran lección: El futuro está en nuestras manos, no depende de terceros. Tenemos innovación, colaboración y acción decidida, todos los ingredientes necesarios para pasar de la teoría a la acción.

Por último, Juan José Alonso, enfatiza la relevancia del turismo azul refiriéndose a los cerca de 1.000 km de costa que bañan Andalucía. Su franja costera es hogar para cerca de un tercio de los habitantes que viven en el territorio, unos 20 millones de turistas que suponen un aumento del 10%, superado por el turismo de crucero que supone un crecimiento del 30%.

Fernando Giménez, afirma estar impresionado por el formato y por cómo se ha transformado el palacio de congresos para acoger un congreso de tan alto nivel. Almería es una provincia que enamora al visitante nada más llegar no solo por su diversidad paisajística sino también a la climatología que hace única la provincia. Es por ello que ya se está trabajando para revalorizar la marca 'Costa de Almería', siempre respetando el medioambiente y siendo conscientes de que tenemos una de las tierras más privilegiadas del planeta.

Consolación Vera, concluye lanzando un mensaje que ha visto compartido por todos los participantes a lo largo del congreso. Tras los tres días de congreso, Andalucía se ha mostrado como futuro líder excepcional de la economía azul del sur de Europa. Nos encontramos este objetivo en la agenda política del gobierno de la Junta de Andalucía ya que se está elaborando la primera estrategia andaluza de economía azul. Finalmente, pone el broche final a la clausura y, por tanto, al congreso, afirmando que la economía azul es un motor de crecimiento y que nuestra obligación es conseguir que las generaciones venideras puedan vivir en Andalucía y de Andalucía. Y esto solo nos lo permitirá la economía azul.







## Un Legado para el Futuro Azul

En beon. Worldwide, creemos que el turismo y la economía azul son más que una oportunidad de negocio: son una responsabilidad. A lo largo de los años, la sociedad nos ha brindado la confianza y la inspiración para innovar, crear y transformar experiencias en realidades inolvidables.

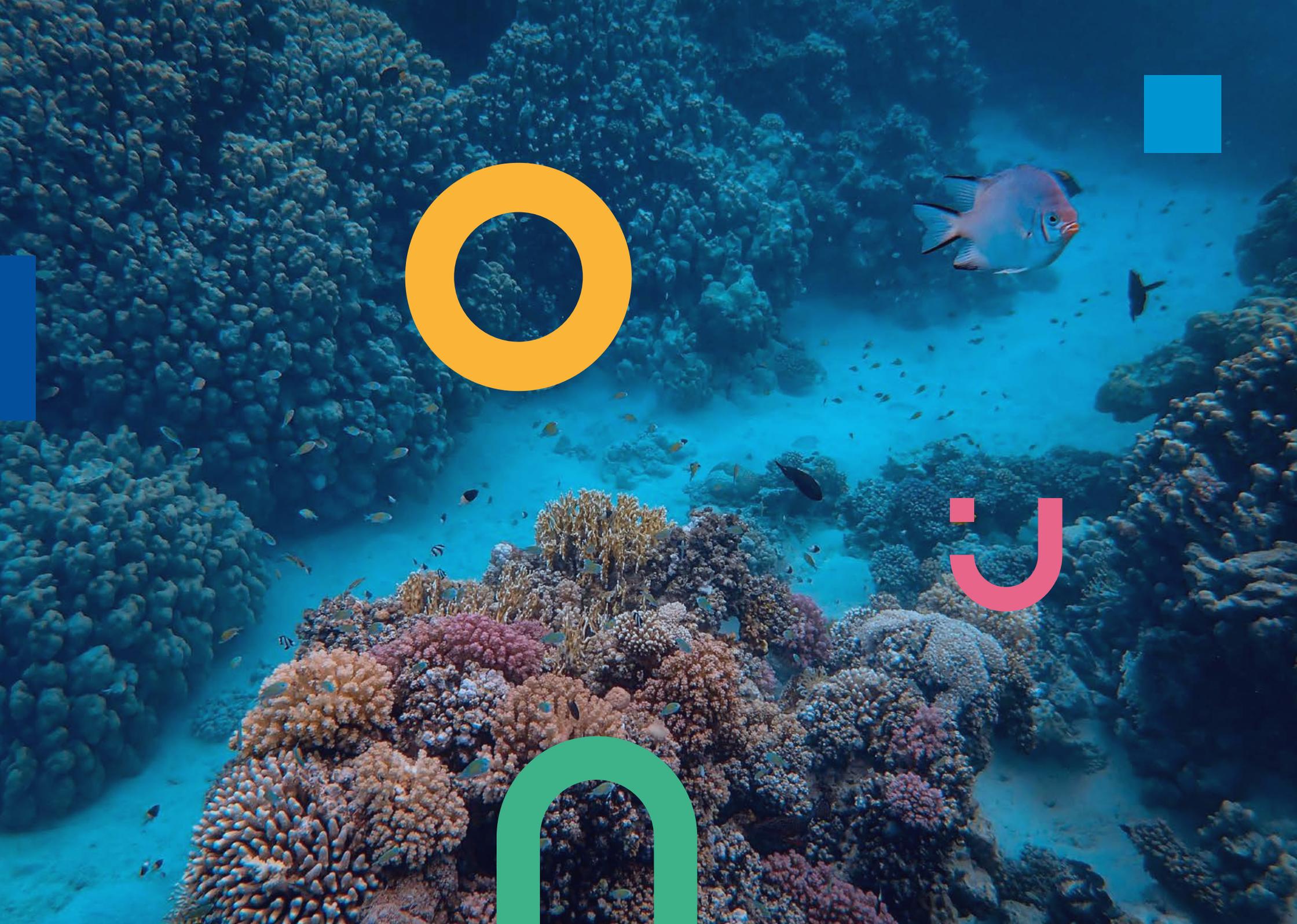
Con Sun&Blue, quisimos devolver parte de lo que hemos recibido, creando un espacio de reflexión, encuentro y acción. Un congreso donde administraciones, empresas y la comunidad científica trabajan juntas para construir un turismo que no solo conserve, sino que regenere.

Este Libro Azul es nuestro legado. Un testimonio de aprendizaje, de ideas compartidas y de la visión de un futuro donde el turismo sea un motor de cambio positivo. No es solo una recopilación de datos y tendencias; es un compromiso con el planeta, con las personas y con las generaciones que vendrán.

Porque el verdadero éxito no se mide solo en impacto económico, sino en la capacidad de dejar el mundo mejor de lo que lo encontramos.

Sigamos construyendo juntos el futuro del turismo azul.

**Equipo de beon. Worldwide.**



O

U

n





# sun &blue.



Blue Tourism  
Innovation Congress

[sunandbluecongress.com](http://sunandbluecongress.com)

