Spain TALKS

Caring for the Future

DUBLÍN | 2025. NOVIEMBRE, 13

INFORME

Programa

15.00 Registro de participantes

15:30 Discurso de bienvenida Laura Pena, Directora de la Oficina Española de Turismo en Dublín.

15:40 Panel 1: Productos turísticos y experiencias para un modelo de turismo más sostenible.

Moderador: Eoghan Corry, periodista y comentarista de viajes de referencia en Irlanda.

- Juan José González, Director de Ventas de Paradores.
- Mary Denton, Directora Ejecutiva de Sunway Travel.
- Abigail Sigüenza, Directora de Marketing Estratégico de Madrid Destino.
- Clare Dunne, Directora Ejecutiva de la Asociación Irlandesa de Agentes de Viajes.

16:35 Presentación "Spain by Train" Diego Juárez, Spain by train.

16:40 Pausa para café.

17:00 Conferenciante Principal Donal Moriarty, Director de Asuntos Corporativos de Aer Lingus.

17:10 Panel 2: Buenas prácticas en turismo sostenible

Moderador: Eoghan Corry, periodista y comentarista de viajes de referencia en Irlanda.

- Natalia Bóveda, Ejecutiva de Marketing, Turismo de la Costa del Sol
- Pere Granados, Alcalde de Salou
- Ken Lyons, Responsable de Sostenibilidad de CIE Tours International
- Pat Neville, Responsable de Comunicación de Coillte

18:05 Presentación Turismo de Andalucía Antonio Martín-Machuca, Jefe de Departamento de Cooperación de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A.

18:10 Palabras de clausura.

18:20 Ceremonia de Premios de Sostenibilidad Turística con bebidas y canapés

PREMIO MEDIOS

Para medios de comunicación: reconoce la mejor cobertura de España como destino comprometido con la sostenibilidad, destacando la importancia de la comunicación en la promoción de prácticas responsables.

PREMIO EMBAJADOR

Para el mejor prescriptor, influenciador o creador de contenido: reconoce el mejor contenido que destaca a España como destino comprometido con la sostenibilidad, enfatizando el poder de estos perfiles para concienciar.

PREMIO EXPERIENCIA

Para el mejor producto turístico sostenible: reconoce la comercialización de paquetes, experiencias y ofertas que promueven el turismo sostenible en España, enfatizando la importancia de ofrecer viajes auténticos y respetuosos con el medio ambiente.

PREMIO EMPRESA

Para la empresa con el mejor proyecto ESG: reconoce el compromiso de las empresas con prácticas responsables como programas de compensación de huella de carbono, reciclaje, accesibilidad e inclusión laboral, promoviendo un enfoque de sostenibilidad en todas las facetas del negocio.

Bienvenida

Eoghan Corry, periodista y comentarista de viajes de referencia en Irlanda, abrió la conferencia con observaciones sobre la importancia histórica del lugar, situado en un terreno arqueológicamente importante en la parte más antigua de Dublín, y explicó la estructura del evento.

Laura Pena, Directora de la Oficina Española de Turismo en Dublín, proporcionó una descripción general del tema y objetivos de la conferencia, explicando que los encuentros Spain Talks, bajo el lema "*Cuidando el Futuro*", son organizados por Turespaña para destacar y promover iniciativas de sostenibilidad que están transformando el turismo en los sectores público y privado. Recordó que Spain Talks ya se ha celebrado en varios países, como Estados Unidos, Reino Unido, Francia e Italia, llegando ahora a Irlanda con el objetivo de intercambiar ideas y experiencias en el proceso del cambio hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas.

La directora destacó que Irlanda y España comparten una fuerte conexión turística, siendo España el destino vacacional preferido de los viajeros irlandeses y siendo Irlanda también muy popular entre los turistas españoles, y que la relación es económicamente significativa y culturalmente enriquecedora.

Hizo hincapié en el compromiso de todos los niveles de gobierno en España y de los profesionales de la industria para liderar la transición hacia una gestión más sostenible de las actividades turísticas, así como en la naturaleza crítica de esta conversación: *"Hemos visto los efectos del turismo de masas: ciudades abarrotadas, ecosistemas dañados, y comunidades que no siempre se benefician de la afluencia de visitantes. Si queremos que el turismo continúe siendo una fuerza positiva, necesitamos un modelo que sea equilibrado, respetuoso y construido para durar."*

Laura Pena (Oficina Española de Turismo)

Laura Pena explicó que España ha lanzado la Estrategia Nacional de Turismo de España 2030, desarrollada con contribuciones de más de 200 organizaciones públicas y privadas, con el objetivo de consolidar el turismo como motor de un desarrollo económico responsable mientras mejora la competitividad y distribuye la prosperidad entre regiones.

La estrategia se enfoca en cinco actores clave a través de las 3 dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental: 1) Gestores de destinos trabajando hacia una gestión más inteligente y verde con menores emisiones; 2) Empresas alentadas a adoptar innovación, transformación digital y prácticas de economía circular; 3) Trabajadores turísticos recibiendo inversión en talento y condiciones laborales; 4) Residentes, con el turismo enriqueciendo en lugar de alterando la vida local, mediante herramientas como el Observatorio de Alojamiento Turístico y el Atlas de Intensidad Turística; 5) Turistas, campañas de marketing responsable.

También explicó que el Organismo Público de Promoción del Gobierno Español (Turespaña) ha lanzado una nueva campaña alineada con esta estrategia: "*Think You Know Spain, Think Again*". Esta campaña global reposiciona a España como destino para viajes lentos, autenticidad y sostenibilidad. Se dirige a viajeros experimentados, particularmente a visitantes recurrentes, a los que propone descubrir "incontables experiencias más allá de sus famosas ofertas de sol y playa". La campaña enfatiza viajes a ritmo lento centrados en experiencias, cultura y patrimonio natural, con el objetivo de promover turismo de alta calidad, estancias más largas fuera de temporada alta y mayor implicación local.

La directora agradeció a todos los ponentes y a los asistentes al evento, y con un agradecimiento especial a Turismo de Andalucía y Spain by Train, por su compromiso y colaboración, así como a Eoghan Corry, por moderar las distintas intervenciones.

Panel 1: Productos turísticos y experiencias para un modelo de turismo más sostenible

Clare Dunne, Directora Ejecutiva de la Asociación Irlandesa de Agentes de Viajes (ITAA), describió los tres pilares en los que se basa el enfoque de la sostenibilidad de la asociación: educación, premios y trabajo en comités. Las iniciativas educativas incluyen un programa de liderazgo con un módulo de sostenibilidad integrado, que ha sido el módulo más popular en 2025. Dos participantes se convirtieron en miembros del comité de sostenibilidad debido a su interés. La asociación está lanzando un nuevo programa de formación para nuevos profesionales con sostenibilidad integrada desde el inicio.

Explicó que cada año organizan unos Premios de la Industria de Viajes Irlandesa, en los que se destaca la categoría de innovación sostenible, alentando a los agentes a evaluar la sostenibilidad dentro y fuera de sus negocios. El Comité de Sostenibilidad de la ITAA incluye miembros del consejo y representantes que se sientan también en el comité de sostenibilidad de agentes de viajes y turoperadores europeos (ECTA), facilitando el intercambio de conocimiento entre Irlanda y Europa.

De izquierda a derecha: Clare Dunne (ITAA), Mary Denton (Sunway Travel), Juan José González (Paradores), Abigail Sigüenza (Madrid Destino)

Mary Denton, Directora Ejecutiva de Sunway Travel destacó que la sostenibilidad es importante para clientes y agentes de viajes. Aproximadamente tres millones de personas irlandesas viajan a España anualmente, y la cifra aumenta. Hay una demanda visible de nuevos tipos de vacaciones: *"vacaciones en bicicleta, vacaciones de senderismo, artes y manualidades, diferentes cosas que la gente quiere hacer. Quieren hacer algo más que simplemente subirse a un*

avión y pasar una semana en la playa. Quieren sumergirse en la cultura local, y contribuir en alguna medidas a la comunidad"

Está ocurriendo un cambio significativo tanto en destinos costeros como Benalmádena y Torremolinos como en ciudades menos conocidas. Sunway ha establecido un departamento dedicado a intereses especiales en respuesta a esta demanda, ofreciendo vacaciones centradas en experiencias del Camino o en cicloturismo en la Costa Dorada. Enfatizó que todos los actores involucrados en la venta de vacaciones tenemos que ser responsables: turoperadores, aerolíneas, hoteleros, y organismos de promoción del turismo.

Juan José González, Director de Ventas de Paradores, abordó los esfuerzos de sostenibilidad de Paradores. Paradores ha renovado sus credenciales de sostenibilidad con la certificación *Ecostar*. La organización detectó que *"la gente, cuando elige un hotel o un producto turístico, tiene un interés muy importante en disfrutar del entorno donde está ubicado el hotel."* La demanda de gestión sostenible comenzó con el mercado corporativo, pero se ha extendido a clientes de ocio.

Con respecto a la flexibilidad de precios, Paradores trabaja con aerolíneas y empresas de alojamiento para ofrecer tarifas flexibles en función de la demanda. *"Puedes conseguir incluso media tarifa en temporada baja, incluso en lugares especiales."* Paradores opera el 70 por ciento de sus hoteles en lo que se conoce como *"la España Vacía"*—áreas con desarrollo e infraestructura turística limitados.

Se abrirá un nuevo Parador en Ibiza en abril de 2026, ubicado en el castillo del casco antiguo de Ibiza con restos arqueológicos fenicios, romanos y medievales. La nueva propiedad tendrá aproximadamente 45 habitaciones—tamaño medio para el modelo de Paradores. *"Esa es la sostenibilidad que proponemos en nuestro modelo de turismo—hoteles de tamaño medio en lugares muy especiales utilizando un edificio rehabilitado reformado."* Paradores emplea a 5,000 personas y *"somos una empresa que gana dinero y tiene rentabilidad."*

Con respecto a la comida local, Paradores ofrece cocina regional auténtica: *"Proponemos comer en cada lugar donde estés viajando exactamente la comida local."*

Paradores ha colocado una calculadora de huella de carbono en su sitio web, y los clientes corporativos frecuentemente calculan y neutralizan su huella de carbono. *"Incluso cuando visitas un hotel que no proporciona información sobre sostenibilidad, la imagen que obtienes es la de un hotel que no es actual. No es una buena imagen."* Las preferencias del consumidor están cambiando de manera que la falta de información sobre sostenibilidad tiene un efecto negativo.

Abigail Sigüenza, Directora de Marketing Estratégico de Madrid Destino, explicó el enfoque de Madrid para evitar reacciones contra los turistas como las que han afectado a otras ciudades españolas. Madrid ha colocado la sostenibilidad en el corazón de su estrategia, trabajando en la ciudad en su conjunto. La ciudad ha reconstruido espacios en áreas verdes *"no solo para visitantes sino principalmente para ciudadanos y para ofrecer nuevos productos para visitantes que quieran quedarse más tiempo."* Madrid ha convertido áreas en espacios peatonales y corredores verdes conectando el Palacio Real con la Plaza de España y la Casa de Campo, dispersando el turismo y aliviando la presión sobre los residentes.

Madrid ha desarrollado un plan en 12 pasos para que los visitantes dejen una huella positiva. La campaña de turismo de la ciudad incluye mensajes como: *"Si crees que Madrid tiene un solo palacio, necesitas salir más. Si crees que el lago más grande de Madrid es el del Retiro, necesitas salir más."*

Madrid se está asociando con otros destinos como Sevilla, Barcelona y Valencia en campañas de mensajería conjunta para mercados específicos, *"combinando las rutas de conectividad entre las ciudades para optimizar"* la distribución turística.

Clare Dunne (ITAA) enfatizó la necesidad de ampliar la definición de sostenibilidad más allá del carbono: *"Se trata de viajar mejor."* Destacó la importancia de dispersar a los viajeros durante todo el año y entre regiones geográficas, dirigiéndose a lugares menos conocidos. El enfoque abarca *"la gente, así como el lugar—la gente en nuestras propias oficinas, la gente trabajando en diferentes destinos, y los residentes de los lugares a donde vamos. Tenemos que verlo de manera integral."*

Destacó igualmente que los clientes quieren contribuir a los destinos: *"Los clientes quieren sumergirse en el destino. Quieren saber cómo pueden no dejar rastro y qué pueden hacer para devolver algo a la comunidad de la que están obteniendo tanto al disfrutar sus vacaciones."* Subrayó que el liderazgo tiene que venir del sector, que debe informar a los clientes en lugar de esperar que sean ellos quienes lo demanden.

Presentación Spain by Train

Diego Juárez, Coordinador de Spain by Train comenzó aclarando que Spain by Train representa un grupo de ciudades españolas conectadas por la red de ferrocarriles de alta velocidad, pero no opera trenes directamente. España tiene la red de ferrocarriles de alta velocidad más grande de Europa y la segunda más grande del mundo—aproximadamente 4.000 kilómetros de vía de alta velocidad. Alrededor de 50 ciudades están conectadas, y Spain by Train representa 35 de ellas. La cobertura incluye la mayoría de España excepto el País Vasco y Extremadura.

Describió los tres operadores de alta velocidad que compiten en España: 1) Renfe—el operador nacional original que lleva funcionando durante 20 años como "Renfe-Operadora". El mejor producto de Renfe para visitantes es el Spain Rail Pass. Al comprar un billete de Renfe de alta velocidad que requiere un cambio de tren (típicamente en Madrid), el tren local de cercanías se incluye en el mismo billete; 2) Iryo—un operador más nuevo en el mercado, desde hace aproximadamente tres años, operando trenes modernos con buenas experiencias a bordo. Sirve 11 de los destinos más importantes; 3) Ouigo—opera principalmente en las rutas más concurridas, usando trenes de dos pisos, y que ofrece las tarifas más baratas, aunque con menos comodidad.

También explicó que el sitio web Trainline permite comparar los tres operadores y las conexiones de autobús, y que el Spain Rail Pass representa una *"opción fantástica que no*

muchas personas conocen." El pase puede comprarse para 4, 6, 8 o 10 viajes, con el pase de 4 viajes costando aproximadamente €220 por persona. Los compradores pueden visitar cuatro ciudades diferentes en tren de alta velocidad. Está diseñado para no residentes de España y se necesita presentar el pasaporte para usarlo. Originalmente no ofrecía comisión a agencias de viajes; ahora ofrece una comisión del 5 por ciento.

Diego Juarez (Spain by Train)

Subrayó que la asociación Spain by Train tiene como objetivo animar a los visitantes a explorar más allá de Madrid y Barcelona. *"Nuestro objetivo como asociación de Ciudades de Tren de Alta Velocidad no es decirte qué operador elegir—Renfe, Iryo u Ouigo, no nos importa. Lo que queremos es que no te quedes solo en Madrid o Barcelona."* Los trenes de alta velocidad conectan grandes ciudades en menos de 2,5 horas: Madrid a Barcelona, Sevilla, Málaga y Valencia. La red ferroviaria permite experiencias de múltiples ciudades sin requerir viajes aéreos entre destinos.

Conferenciante Principal: Donal Moriarty

Donal Moriarty, Director de Asuntos Corporativos de Aer Lingus, explicó por qué España es un mercado muy importante para Aer Lingus, siendo su tercer mercado de mayor tamaño. Aer Lingus opera 10,000 vuelos anuales a España con 1,9 millones de asientos en 17 rutas a 12 destinos. La aerolínea proporciona conectividad al norte de España, volando a Santiago de Compostela y Bilbao. Aer Lingus es parte del Grupo IAG, que incluye Iberia y Vueling. Iberia opera 11 servicios semanales a Madrid, y Vueling ofrece 11 vuelos semanales a Barcelona, proporcionando conjuntamente una fuerte conectividad del Grupo IAG a España con potencial para mayor expansión.

Con respecto a mejoras de producto, Aer Lingus anunció una asociación importante con Starlink para introducir Wi-Fi por satélite de alta velocidad en aeronaves que comenzará el próximo año.

Este servicio de calidad de banda ancha estará disponible en aeronaves de fuselaje ancho y estrecho sin coste para los clientes. La aerolínea también ha lanzado tecnología de Entrega Rápida de Equipaje y está expandiendo significativamente su experiencia de aplicación digital.

Con respecto a la estrategia de sostenibilidad de Aer Lingus, Donal Moriarty explicó que la empresa ha establecido como meta para 2030 operar el 10 por ciento de todos los vuelos con Combustible de Aviación Sostenible (SAF), superándolos niveles exigidos por la normativa. El SAF se identifica como *"absolutamente crítico"* para lograr emisiones de carbono neto cero para 2050.

Donal Moriarty (Aer Lingus)

Con respecto a la producción y obtención de SAF, Aer Lingus consignó 3,600 toneladas de SAF de España en el 2024, asociándose con las empresas españolas Repsol y CEPSA. Ellos forma parte de relaciones más amplias del Grupo IAG con proveedores de combustible españoles, por lo que España es vital para estrategia de sostenibilidad de la aerolínea.

También enfatizó que la modernización de la flota es también esencial para la estrategia de sostenibilidad. El 35 por ciento de la flota de Aer Lingus consiste en aeronaves con motores de nueva tecnología: 8 Airbus A321LR, 6 Airbus A321XLR y 8 Airbus A320NEO. Estos motores de nueva tecnología emiten *"un 20% menos de carbono que motores de generaciones anteriores",* representando un salto importante hacia "emisiones netas cero" para 2050. IAG ha anunciado un pedido de 21 aeronaves Airbus A330-900neo para unirse a la flota del grupo a partir de 2029, lo que mejorará significativamente la eficiencia en todo el grupo.

Panel 2: Buenas prácticas en turismo sostenible

Natalia Bóveda, Ejecutiva de Marketing de Turismo Costa del Sol, recordó el papel pionero de la Costa del Sol en el turismo europeo, enfatizando que la región ha evolucionado significativamente, con la demanda de experiencias diversas más allá del turismo de playa tradicional.

Costa del Sol representa toda la provincia de Málaga con más de 100 municipios, la mayoría ubicados en montañas como pueblos blancos mediterráneos. La región trabaja con turoperadores, agencias de viajes y la industria para educar sobre *"la diversidad disponible aquí—tradición, historia y cultura."*

Las iniciativas de sostenibilidad incluyen un programa de certificación con Green Destinations involucrando aproximadamente a 50 empresas, principalmente hoteles y empresas de alquiler de coches. El programa incluye autoevaluación, formación y educación sobre conservación de agua, reducción de residuos y compensación de CO2. Una calculadora de huella de carbono ha funcionado con éxito desde hace tres años con versiones separadas para empresas y visitantes.

Costa del Sol opera un importante programa de reforestación y la certificación *"Sabor a Málaga"*, con hoteles, restaurantes y tiendas usando solo productos de origen local de la provincia.

Pere Granados, Alcalde de Salou reconoció que Salou es conocido por sus playas (una de las playas de Salou fue seleccionada por el periódico español más leído como la mejor playa de España 2025), pero destacó que el destino ha evolucionado y es mucho más que un destino de una única playa. El municipio alberga 25 playas y calas y ha desarrollado productos turísticos diversos. Explicó que Salou es un destino deportivo que alberga torneos, eventos organizados y encuentros internacionales.

Cataluña está designada como la región de gastronomía globalmente para el año actual, con Salou representando una de las mejores regiones gastronómicas de España. El municipio está trabajando en sostenibilidad a través de tres ejes: ambiental, social y económico.

También subrayó que Salou se encuentra entre las ciudades españolas con un mayor nivel bienestar de sus residentes. Muchos irlandeses visitan Salou repetidamente porque su experiencia es positiva. Resaltó también que la relación entre la sostenibilidad y turismo fuera de temporada es estratégica: *«Una mayor sostenibilidad ambiental y social mejora la calidad y el atractivo del destino más allá de la temporada alta. El turismo fuera de temporada ayuda a mantener un flujo estable de turistas, reduciendo la presión ambiental y social durante los meses de verano. Juntos, contribuyen a un modelo turístico equilibrado, inclusivo y resiliente».*

El alcalde también enfatizó que el municipio ofrece productos turísticos diversos: turismo deportivo, turismo familiar durante todo el año, conferencias y eventos, turismo de cultura y patrimonio, y festivales. Salou es la capital cultural de Cataluña para el año actual. La proximidad a Port Aventura amplia posibilidades durante todo el año y oportunidades de negocio fuera de temporada.

De izquierda a derecha: Natalia Bóveda (Costa del Sol), Pere Granados (Salou), Ken Lyons (CIE Tours), Pat Neville (Coillte)

Ken Lyons, Responsable de Sostenibilidad en CIE Tours International señaló que la base de clientes de CIE Tours International es predominantemente estadounidense, y que la sostenibilidad no ocupa un lugar destacado entre sus prioridades. Sin embargo, la empresa decidió que la sostenibilidad era el enfoque correcto independientemente del beneficio comercial directo.

Defendió también que los clientes se preocupan menos por la terminología y más por las prácticas reales: *"Solo quieren que la industria sea sostenible. No necesitan conocer la terminología. Necesitan saber que estamos haciendo el trabajo."* Los clientes quieren hoteles que operen eficientemente, gestionen agua y energía, manejen residuos responsablemente y cumplan roles como empleadores en la comunidad.

Ken Lyons se unió a la compañía cuando los esfuerzos de sostenibilidad ya estaban en marcha. Comprender las fuentes de emisiones reveló que la aviación representa aproximadamente el 82 por ciento de las emisiones de la empresa, las operaciones terrestres aproximadamente el 16 por ciento, y las operaciones de oficina de la empresa el 2 por ciento. Pero aunque las operaciones de oficina representan solo el 2 por ciento, la empresa las prioriza porque *"tenemos que liderar con el ejemplo."*

El turoperador tiene control directo limitado sobre su cadena de suministro, confiando completamente en sus proveedores. Ha establecido un programa piloto con siete proveedores

en hoteles, atracciones, transporte y aviación. Este grupo ayudó a desarrollar una carta de proveedores sostenibles describiendo expectativas sin establecer exigencias. La empresa ha invertido en la plataforma de software *"Because"* para recopilar datos ESG de los proveedores, permitiendo la evaluación de la situación en materia de sostenibilidad de los proveedores e identificando sus necesidades de apoyo.

Destacó que los hoteles han progresado más allá de medidas básicas de ahorro de costos como eficiencia energética y reducción de agua. Ahora invierten sustancialmente en energía renovable in situ, capacitación y desarrollo de personal.

Pat Neville, Responsable de Comunicación en Coillte explicó que Coillte gestiona la Compañía Forestal Estatal con un enfoque en la gestión forestal sostenible y en el turismo. La gente viaja para disfrutar de la naturaleza y escapar del estrés, buscando experiencias memorables a menudo en entornos naturales. Los bosques permiten a los visitantes alejarse de las calles concurridas y disfrutar de "menos tiempo frente a la pantalla y un poco más de tiempo en espacios verdes".

La gestión forestal equilibra la producción de madera con la restauración del hábitat y la protección de la naturaleza, para reducir las emisiones de carbono de los edificios y de las infraestructuras. Coillte actualmente destina el 30 % de sus bosques a la naturaleza y la vida silvestre, con el objetivo de llegar al 50 %. El objetivo es atraer visitantes al aire libre de forma sostenible, fomentando al mismo tiempo la interacción responsable con la fauna.

Coillte gestiona 6.000 bosques que reciben aproximadamente 18 millones de visitas al año. La organización cuenta con 250 bosques destinados a actividades recreativas con senderos señalizados, aparcamientos y zonas de juegos infantiles, además de 12 parques forestales y 6 centros de ciclismo de montaña. A futuro se quiere duplicar el número de bosques recreativos hasta alcanzar los 500, ubicados cerca de pueblos, aldeas y comunidades.

El Parque Forestal de Avondale, en el condado de Wicklow, abrió sus puertas en julio de 2022 y recibe entre 350.000 y 400.000 visitantes al año, en comparación con los aproximadamente 20.000 que recibía antes. El parque prioriza la accesibilidad con pendientes no superiores a 6 grados, bancos cada 100 metros y sillas de ruedas en las instalaciones. Ganó el primer premio de Irlanda como destino ideal para personas mayores, apto para todas las edades, familias y personas con movilidad reducida. La señalización explica los beneficios de los bosques para el clima, la fauna y las personas.

La restauración de árboles autóctonos está en curso. Las coníferas productivas se están reemplazando gradualmente con árboles autóctonos mediante talas más pequeñas o forestación de cobertura continua. Simultáneamente, se están desarrollando senderos para bicicletas de montaña y paseos adicionales, apoyando a negocios locales como pequeñas cafeterías.

En cuanto a la cobertura forestal, Irlanda tiene aproximadamente el 11 %, mientras que la media europea es del 40 % y España tiene el 37 %, cuatro veces la cobertura de Irlanda. Aproximadamente el 50 % de los bosques irlandeses son de propiedad estatal, en comparación con el 25 % en España, donde el 75 % son de propiedad privada. La propiedad privada española,

combinada con los bosques de propiedad estatal, fomenta el empleo rural en actividades como la recolección de piñas, la extracción de resina y la caza, manteniendo la viabilidad de pueblos y ciudades y la cultura forestal.

Natalia Bóveda (Costa del Sol) abordó la preocupación por el turismo, señalando que en ciertas zonas se han producido protestas pero los medios de comunicación han amplificado el impacto más allá de la realidad. Los cambios legales están implementando regulaciones más estrictas respecto a los alquileres vacacionales y las operaciones de Airbnb para prevenir la gentrificación y proteger los intereses locales.

Málaga ha experimentado un crecimiento continuo en los últimos 20 años, desarrollándose como una ciudad contemporánea. Cuando el alojamiento se ve limitado durante las temporadas altas, los visitantes pueden alojarse en alternativas cercanas a Torremolinos, Fuengirola o Benalmádena, que ofrecen entornos tropicales y ubicaciones costeras o de interior. "La gente no se aloja solo en un lugar... también se puede ir a otra zona, tanto en la costa como en el interior, donde tenemos lugares increíbles".

Pere Granados (Salou) afirmó que Salou no sufre de fobia al turismo porque el municipio implementa políticas que equilibran los intereses locales y turísticos. «Implementar políticas que equilibren los intereses locales con la actividad turística es beneficioso para todos: residentes y turistas». La economía de Salou depende del turismo, lo que requiere una gestión cuidadosa que garantice una alta calidad de vida para sus residentes. Los turistas reconocen y se benefician de vivir en municipios bien gestionados y de alta calidad. La convivencia entre residentes y turistas se logra mediante la implementación de políticas a nivel municipal.

Ken Lyons (CIE Tours International) reconoció el desafío de orientar a los clientes lejos de los destinos icónicos. Sin embargo, los turoperadores pueden incorporar estas atracciones principales y ofrecer también sitios menos conocidos. Los itinerarios funcionan como herramientas de ventas, con atracciones principales que impulsan decisiones de ventas mientras que los lugares menos conocidos proporcionan las mejores experiencias.

CIE Tours International se ha comprometido con un programa de reforestación llamado *Refarm*, apoyado mediante un fondo de acciones de sostenibilidad, invirtiendo en agricultura positiva para la naturaleza en Burren, en el condado de Clare. La empresa trabaja con 15 familias agrícolas para desarrollar técnicas de pastoreo con collares para el ganado que tienen incorporados dispositivos GPS, sustituyendo de esta manera a las vallas tradicionales. *"Amamos esta área. Sabemos que cómo negocio obtenemos gran beneficio porque a nuestros huéspedes les encanta estar aquí, pero también sabemos que tenemos una responsabilidad en asegurar que estas familias puedan continuar viviendo y trabajando aquí."*

Presentación Turismo de Andalucía

Antonio Martín-Machuca, Jefe de Departamento de Cooperación de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. explicó la relación de Andalucía con el turismo irlandés y sus iniciativas de sostenibilidad. En 2024, Andalucía recibió 710,000 visitantes irlandeses, representando un aumento del 17,5 por ciento desde 2023 y 30,4 por ciento más que 2019 (pre-pandemia). Andalucía es ahora el segundo destino más importante para los irlandeses.

Antonio Martín-Machuca (Turismo de Andalucía)

Los visitantes irlandeses gastan €182 por día con una estancia promedio de 7,2 noches. Destacó que más allá de estadísticas, *"lo que realmente importa es la conexión humana sostenible, y el cariño con el que siempre os recibimos."*

Andalucía es una región grande—tan grande como Portugal—con nueve millones de residentes en ocho provincias, con Sevilla como capital. Mientras Málaga y Costa del Sol son bien conocidas, la región ofrece oportunidades turísticas adicionales.

Señaló que Andalucía está preparando una nueva campaña para enero combinando residentes y visitantes, reflejando los temas discutidos durante la conferencia. La campaña se alinea con las políticas del gobierno central, dirigida a alentar la dispersión de visitantes en toda la región hacia pueblos interiores, ciudades menos conocidas, sitios culturales, gastronomía y

naturaleza—más allá de destinos de sol y playa. La iniciativa busca *"mostrarte todo lo que Andalucía puede ofrecer."*

Palabras de Clausura

La primera edición de Spain Talks Dublin proporcionó una oportunidad para intercambiar datos y opiniones respecto a las tendencias y los desafíos a los que se enfrenta el sector turístico, demostrando la importancia de mantener un diálogo enriquecedor y dinámico y destacando los esfuerzos de los destinos españoles y de los sectores de viajes español e irlandés para avanzar hacia una gestión más sostenible de las actividades turísticas.

Eoghan Corry resumió los temas y contribuciones de la conferencia, subrayando los siguientes puntos:

La introducción de Laura Pena estableció cinco dimensiones de sostenibilidad más allá del enfoque climático convencional, incorporando la contribución comunitaria y las prácticas laborales, a menudo ausentes en la discusiones de sostenibilidad.

La presentación de Juan José González sobre Paradores destacó la importancia de las ubicaciones en *"la España Vacía"*, creando empleo, desarrollando cadenas alimentarias y manteniendo edificios históricos. El logro de operar hoteles de 30-35 habitaciones en castillos y palacios históricos demuestra que la sostenibilidad va más allá de las consideraciones ambientales.

El mensaje de Mary Denton enfatizó la necesidad de tener oferta de producto: *"Dennos el producto y lo venderemos."* Indicó que la terminología de sostenibilidad es innecesaria si los itinerarios incorporan experiencias como la limpieza de playas y la participación local. Los viajeros irlandeses valoran poder participar e involucrarse.

Abigail Sigüenza explicó la campaña para llevar a los visitantes a los de barrios de Madrid, el desarrollo de infraestructuras y las posibilidades de extensión estacional.

Clare Dunne defendió la participación proactiva por parte de la industria: la industria de viajes irlandesa no requiere demanda del cliente para adoptar la sostenibilidad. Proveedores, agentes y turoperadores están preparados para avanzar iniciativas de sostenibilidad.

La presentación de Spain by Train de Diego Juárez explicó la existencia de tres operadores de ferrocarriles de alta velocidad y una plataforma de reserva única. El Spain Rail Pass permite experiencias en múltiples ciudades con una opción de transporte sostenible.

La presentación de Aer Lingus de Donal Moriarty detalló la modernización de la flota y las metas en relación al SAF que se han autoimpuesto, ya que van más allá de los niveles a los que están obligados por la normativa actual. La aviación representa aproximadamente el 2 por ciento de emisiones globales, sin embargo, requiere innovación continua. El objetivo de la aerolínea del 10 por ciento de uso de SAF para 2030 demuestra compromiso con objetivos “emisiones netas

cero". El papel de España como proveedor de SAF mediante asociaciones de Repsol y CEPSA refuerza la importancia de España para la estrategia de sostenibilidad de Aer Lingus.

El panel de mejores prácticas abordó iniciativas específicas. Natalia Bóveda detalló los esfuerzos de sostenibilidad a distintos niveles incluyendo estacionalidad, dispersión de visitantes, participación comunitaria, y festivales regionales.

Pere Granados describió la evolución de Salou desde un destino solo de playa a un destino multifacético que integra la sostenibilidad. El municipio equilibra el bienestar de los residentes con la actividad turística, posicionando a residentes y turistas con intereses complementarios.

Ken Lyons abordó la participación de los proveedores, preguntándoles constantemente qué hacen en materia de sostenibilidad sin ponerles en la lista negra por no llegar a unos estándares deseables. Destacó que, aunque muchos perciben los esfuerzos de sostenibilidad como insignificantes desde el punto de vista comercial, los beneficios financieros surgen de la eficiencia energética, la reducción del consumo de agua y la adopción de energías renovables. El turismo ofrece beneficios comerciales además de ambientales.

Pat Neville explicó el enfoque de Coillte centrado en la gestión forestal y la accesibilidad. En lugar de restringir el acceso a áreas naturales, la organización alienta una interacción responsable con senderos señalizados, instalaciones recreativas e infraestructura accesible. Los planes para duplicar los bosques recreativos reflejan el compromiso con la accesibilidad a los espacios forestales. La gestión forestal demuestra que protección ambiental e implicación del público son objetivos complementarios.

De izquierda a derecha: Antonio Martín-Machuca (Turismo de Andalucía), Clare Dunne (ITAA), Maria Teresa Lizaranzu (Embajada de España), Laura Pena (Oficina Española de Turismo)

La clausura abordó desafíos persistentes en sostenibilidad turística. Los visitantes naturalmente gravitan hacia destinos icónicos y atracciones reconocidas. Sin embargo, un diseño cuidadoso de itinerarios puede incorporar estas atracciones principales mientras introduce experiencias

menos conocidas que proporcionan una satisfacción superior al instante. El rol de la industria es facilitar elecciones sostenibles a través de alternativas accesibles y atractivas.

Eoghan concluyó: *"Creo que el turismo es, en última instancia, una fuerza para el bien,"* enfatizando que las iniciativas de sostenibilidad fortalecen en lugar de disminuir la aceptación social de la industria turística y su viabilidad a largo plazo.

Ceremonia de Premios de Sostenibilidad Turística

El evento concluyó con la Ceremonia de los Premios de Sostenibilidad Turística, que honró a profesionales y organizaciones irlandesas por sus contribuciones significativas al avance del turismo sostenible en España. Su Excelencia, **María Teresa Lizaranzu, Embajadora de España en Irlanda**, presentó los premios, junto con Laura Pena y Eoghan Corry.

De izquierda a derecha: Tom Sweeney (The Herald), Francesca Rizzarello (The Travel Department), Natalia Bóveda (Costa del Sol), Eoghan Corry (Moderador), Maria Teresa Lizaranzu (Embajada de España), Tanya Agarwal, (Follow the Camino), Laura Pena (Oficina Española de Turismo)

Los ganadores del premio de 2025 fueron:

- **Premio Medios:** Artículo sobre Vitoria-Gasteiz escrito por Tom Sweeney, editor de viajes en The Herald. El artículo explora con maestría la cultura, gastronomía y naturaleza de esta ciudad vasca del interior menos conocida, promoviendo el respeto de las comunidades locales y la sostenibilidad urbana.
- **Premio Embajador:** Blog, *This Wild Life of Mine*. Creado por la zoóloga irlandesa, Dearbhaile Ní Dhubhghaill, el blog inspira a los lectores a explorar España

responsablemente mediante historias personales y aportaciones de expertos, promoviendo lugares menos conocidos.

- **Premio Experiencia:** Paquete *"Treasures of Southern Spain" de Travel Department*. Reconocido como el mejor producto turístico sostenible, ofrece un itinerario inclusivo y cultural para personas que viajan solas y promueve los valores del turismo lento y responsable.
- **Premio Empresa:** Follow the Camino por su proyecto ESG ejemplar. El turoperador especializado fue premiado por su programa de compensación de huella de carbono, tours de senderismo y ciclismo de bajo impacto, el apoyo directo para las comunidades locales, y una política de sostenibilidad transparente.