

Madrid, que se pondrá en marcha el próximo año y en cuya formación también participará Turium. “Este máster de alta cualificación no solo abordará aspectos teóricos, también tendrá una parte motivacional y analítica. Se detectarán nuevas tendencias, se realizarán estudios comparativos de otros destinos, se potenciará el *networking* entre directivos, etc. Tendrá un planteamiento intersectorial”, afirmó Jon Loiti, director académico de Les Roches Marbella.

CORRESPONSABILIDAD

“Si apostamos por la excelencia, la excelencia apostará por España. De nada sirve que recibamos gran cantidad de visitantes si no se gestiona bien su presencia”, señaló Germán Jiménez, director de Turium, quien abrió la conversación a uno de los aspectos fundamentales en el desarrollo de esta industria: la visión regenerativa. “Tenemos que encaminarnos hacia un turismo que ni excluya ni destruya”, subrayó.

La ética como campo de discusión está ya presente en la mayoría de empresas e instituciones. Evelio Acevedo, director gerente del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, insistió en la necesidad de implantar en las organizaciones una cultura basada en valores. “Este código, que nosotros tenemos muy arraigado, no solo debe reflejarse de puertas afuera y ser visible para quienes nos visitan, además debemos practicarlo con nuestros empleados, porque solo así ganaremos reputación y confianza. Hemos de convertirlo en algo que beneficie a toda la comunidad”.

Toni Contreras, director de Recursos Humanos en Marugal, señaló que la clave es la comunicación. “Trasladar un discurso de fortaleza y consecuente con todos tus *stakeholders* resulta esencial. Durante mucho tiempo ha persistido el prejuicio de que en este sector los salarios son bajos y que se trabaja casi en condiciones de semiesclavitud, y eso a no es cierto, pero tenemos que aunar esfuerzos todo el sector para, a través de nuestros compromisos reales, acabar este estigma. Nosotros, por ejemplo, hace años que trabajamos con personas con discapacidad, y la integración nos ha aportado riqueza en todos los sentidos”.

“La nuestra es una industria vocacional. Se ha trasladado la visión de un gran negocio, pero eso no casa con nosotros como establecimiento *boutique*, que lo que buscamos son personas que com-

partan ese espíritu de pertenencia y hospitalidad”, dijo Miguel Ardid, director general de CoolRooms.

“Tenemos que mostrar mucho orgullo de este sector que es tan importante y que tanto aporta a la empleabilidad del país, y hacerlo bien, porque redundará en un gran beneficio social. En nuestro caso, hemos puesto en marcha en Fuerteventura un proyecto junto con el Gobierno de Canarias que ha permitido integrar a menores extranjeros no acompañados, y el resultado ha sido muy exitoso. Y es algo que creemos que podría extrapolarse a otros lugares”, destacó María Umbert, vicepresidenta de Comunicación de Meliá Hotels International.

Enrique Valero, CEO de Abadía Retuerta, animó a ser propositivos. “Una de las mayores amenazas es que se empieza a hablar mal de este sector y es un problema que debemos abordar de forma transversal, poniendo sobre la mesa todo lo que aporta, con datos. El buen turismo regenera, pone en valor el territorio, pero hay que consensuar un discurso común, porque si nos quedamos en los titulares no profundizamos en todo lo que representa y se puede generar una percepción equivocada. Yo no veo en Abadía Retuerta como un hotel, sino como la recuperación de un patrimonio histórico, que ha regenerado el entorno y tiene un impacto muy notable en la comunidad”.

Coincidió con esta apreciación María Umbert: “Hablar de un impacto positivo en el destino es la única vía de futuro. Hemos de promover la circularidad, primando calidad a cantidad, lo que hará que el usuario sea a su vez más respetuoso. Debemos encaminarnos a ese turismo que suma”.

Eva Reverte, directora general de Competitividad y Calidad Turística de la Región de Murcia, puso el foco en la excelencia: “Nosotros somos muy exigentes con ese compromiso y estamos apoyando a las empresas con ayudas directas para que obtengan sellos de calidad. Hay infinitas posibilidades para desestacionalizar este sector, promocionando nuestra artesanía, gastronomía, el entorno rural... Tenemos que creernos que somos una tierra de posibilidades y crecer de forma responsable”.

Como conclusión, el Consejo definió las líneas de una hoja de ruta que pone el foco en adelantar escenarios y dotar al sector de dinámicas que impulsen la excelencia y la sostenibilidad. ●



EVA REVERTE
Dra. Gral. de Competitividad y Calidad Turística de la Región de Murcia



No nos obsesionemos con las pernoctaciones, mostremos a los viajeros lo mejor del territorio para que repitan



MIGUEL ARDID
Director general de CoolRooms



Un establecimiento ‘premium’ ofrece servicios diferenciales y es también un gran embajador de lo local



JON LOITI
Director académico de Les Roches Marbella



Somos el país con el mejor turismo del mundo y el futuro más prometedor, pero no debemos conformarnos



EVELIO ACEVEDO
Director gerente del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza



Nos hemos convertido ya un destino cultural y hemos de avanzar en esta transformación que aporta mucho valor



TOMÁS PEREDA
Subdirector general de Fundación Máshumano



Debemos dar un paso más y movilizar al sector para que entre todos conformemos una sociedad más justa