



LUCA LÓPEZ ORMAZABAL

Los participantes en el Consejo Estratégico Consultivo de Turium posan antes de iniciar la jornada de pensamiento con la que el *think tank* ha concluido las sesiones de trabajo de 2025.

CONSTRUYENDO UNA INDUSTRIA MÁS SOSTENIBLE Y DIVERSA

El Consejo Estratégico Consultivo de Turium, integrado por algunos de los mayores expertos en turismo, ha debatido sobre los ejes estratégicos que se deben impulsar de manera urgente para acelerar la migración hacia un modelo más cualitativo e integrador. **POR VIRGINIA LOMBRAÑA**

LA CURVA DEMOGRÁFICA representa uno de los mayores desafíos de este siglo y tendrá un enorme impacto en las próximas décadas, especialmente en este sector, según apuntó Tomás Pereda, subdirector general de Fundación Máshumano, que abrió el turno de intervenciones en el Consejo Estratégico Consultivo de Turium. “Vamos a asistir a una gran tensión, que es la escasez talento, un elemento muy volátil. Solo en esta década van a desaparecer más de cuatro millones de personas activas por debajo de los 50 años.

La gran noticia es que el *target* entre 50 y 67 aumentará en casi tres. Con lo cual, el *expertise* sénior se revela como un factor de sostenibilidad empresarial vital. Pero para ello hay que superar el edadismo”. El directivo abogó por la resignificación de los profesionales con una larga y valiosa trayectoria durante la presentación del proyecto Alianza +45, impulsado conjuntamente con Turium y la Agencia para el Empleo del Ayuntamiento con el objetivo de favorecer dinámicas de empleabilidad intergeneracional y crear oportunidades reales de trabajo para este segmento.

Esta es una de las ideas que se debatieron en el *think tank* de la división de turismo de excelencia de Vocento. Un foro de pensamiento que reúne a empresas privadas y Administraciones. Una muestra de esta colaboración es la *Guía de Turismo de Artesanía de Castilla-La Mancha*, curada por Turium y presentada en este marco por Arantxa Pérez Gil, directora general de Turismo, Comercio y Artesanía de la región, quien puso de relevancia la necesidad de aunar esfuerzos. “Con esta herramienta ponemos en valor una actividad, la de oficios

ancestrales, que forma parte de nuestra identidad y que contribuye a dotar de autenticidad al territorio y atraer a un viajero de calidad, que busca conocer la riqueza de lugares poco transitados con mucho que ofrecer. En nuestra Comunidad estamos alcanzando hitos históricos de llegadas y posicionándonos muy arriba como destino nacional, pero buscamos también captar en mayor medida al turista internacional”. En el transcurso de la jornada se dio a conocer también el Programa 100 Líderes, auspiciado por Les Roches y la Comunidad de



MARÍA UMBERT
VP de Comunicación de Meliá Hotels International



Hay que apostar por la sostenibilidad y por un producto de calidad



ENRIQUE VALERO
CEO de Abadía Retuerta



Somos un ente social: creamos riqueza en el territorio y hacemos marca España



ARANTXA PÉREZ GIL
Dra. Gral. de Turismo, Comercio y Artesanía de Castilla-La Mancha



La modernidad es necesaria, pero no puede reemplazar a la identidad de los destinos



TONI CONTRERAS
Director de RR.HH. de Marugal



Tenemos que hacer lo que promulgamos para que el mensaje sea consistente