

determinante el impacto positivo de agentes impulsores como Abadía Retuerta. Y destacó una tendencia al alza: “Cada vez recibimos a más personas que quieren pasar parte de su tiempo en nuestras instalaciones, tejer, aprender, pagar por lo que realmente vale lo que tocan. Esto era impensable hace 15 años. Es gente culta que prefiere separarse de los caminos estándar, que no se mueve con una lista de sitios que ver y tachar”. Valero indicó: “Debemos ir hacia un paradigma que haga sentir al visitante, que cree memoria. El huésped busca comodidad, pero también quiere probar el queso que se fabrica en el pueblo de al lado, descubrir cómo se trabaja en un viñedo, conocer la gastronomía de la zona, entender el territorio que pisa. Eso es bueno para nosotros y para los emprendedores del entorno, es la idea de la competencia amiga”.

“No se trata de acumular destinos con ansiedad ni de tirar cientos de fotos, sino de experimentar algo profundo que recuerdes siempre”, subrayó Elena Goded. A lo que Manuel Maqueda añadió: “¿Qué es eso del *tour* turístico? ¿En qué consiste? ¿En dar una vuelta para llegar otra vez al mismo punto pero mareado? Hay que conectar, alejarse de la cultura del *selfie*”.

Dejar huella en los viajeros exige una verdadera vocación de trascendencia, una virtud que se alimenta a base de pensamiento crítico, constante afán de mejora y valentía para abrir nuevas rutas. “El objetivo de cualquier persona es ser feliz y hacer felices a los de-

más –reflexionó Jesús Sanz–. Por eso es tan importante que creas en tu propio proyecto, que te autorealices y le aportes algo a la sociedad. El bienestar es un continuo, no empieza y acaba en uno mismo”. Y solo desde esta perspectiva, con el foco en el huésped, es posible alcanzar la excelencia.

Manuel Maqueda desveló que la clave reside en prestar atención a los detalles, en desterrar el término “consumidor” para referirse al turista y en asumir que, además de enriquecerse culturalmente, el viajero también hace su aportación al destino. “Esta mentalidad debe aplicarse a todos los ámbitos del día a día, y tiene que ver con llevar una existencia con propósito”, agregó Kavita Parmar.

VIVENCIAS REALES

Todos los intervinientes defendieron promover un estilo de vida en el que la abundancia material sea sustituida por la emocional, como expresó Parmar en la recta final del encuentro: “Al mundo venimos desnudos y de él nos vamos de la misma manera. No tiene sentido almacenar, hay que sentir, experimentar. Así saldremos muy ricos y aprenderemos cuál es el verdadero valor de las cosas”.

“La persona que nos visita entra como huésped y se marcha como apóstol –recordó Enrique Valero–. Observa lo que estamos haciendo y, entonces, comprende que está pagando por algo con un alcance extraordinario. Como dijo Antonio Machado, solo el necio confunde valor y precio”. ●

FELICIDAD Y SOSTENIBILIDAD



ENRIQUE VALERO
CEO de Abadía Retuerta

“La excelencia es un camino que se hace día a día con pasión y con rigor. Es un espíritu de mejora constante en el que trabajamos con la herencia natural, la herencia histórica y el talento local. Queremos que quien nos visita sienta que somos felices mientras lo hacemos feliz a él”.



KAVITA PARMAR
Diseñadora. Fundadora y directora de XTANT y IOU PROJECT

“Si, cuando nacemos, recibimos todo lo que hay a nuestro alrededor, lo justo es que, antes de marcharnos, lo dejemos en mejor estado. Esto engancha con una idea esencial: no hay nada bello que cree dolor. La excelencia es el proceso en el que ha habido belleza y equilibrio”.



MANUEL MAQUEDA
Profesor de Economía Circular Aplicada en Harvard

“El patrimonio circular implica disfrutar de la vida de forma local y resiliente, sin extraer recursos finitos ni generar residuos, como se ha hecho siempre, cuidando y queriendo el entorno, tanto el natural como el que hemos construido. No podemos olvidar que somos legado y herencia”.



ELENA GODED
Fundadora de la firma textil artesana Ábbatte

“La base de la economía circular es la sostenibilidad, que también es clave en la artesanía. Debemos consumir solo lo que necesitamos, sin excesos ni a la hora de comprar ni a la hora de producir. Y lo que necesitamos es calidad material, que es algo que tenemos que cuidar”.



JESÚS SANZ
Director de Quesos Campoveja

“Vamos hacia un mundo en el que todo estará estandarizado. Resulta fundamental recuperar tradiciones, innovar a partir de materiales e ingredientes autóctonos y crear productos con personalidad. Si no, lo que hacemos, en realidad, es involucionar, no evolucionar”.



ABADÍA RETUERTA

SEMBRANDO MÁS VIDA

FIEL A SU COMPROMISO con la recuperación del patrimonio histórico y natural, Abadía Retuerta ha transformado las tierras de cultivo del monasterio ubicadas junto al Duero en un bosque (el de los Monjes, en homenaje a quienes fundaron este lugar hace siglos), con 1.044 árboles de variedades autóctonas. En la renaturalización han participado 300 voluntarios, incluidos integrantes del equipo de Abadía Retuerta y sus familiares, en colaboración con la Fundación Reforest Project y el paisajista Álvaro Sampredo.