

Nuño de la Rosa habla de la importancia del talento en 'Los Desayunos de ObservaTUR'

- El asesor de importantes empresas del sector turístico y de distribución, cree que el talento es el "petróleo del Siglo XXI" y considera clave la formación continuada, porque de otro modo "el talento caduca"
- La experiencia del empleado es vital, asegura el presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense, máxime en una circunstancia como la actual, "con las aguas embravecidas", en donde se precisan los mejores recursos y equipos muy coordinados
- Nuño de la Rosa cree que será un buen año en general para el destino España, con previsiones "espectaculares" para algunos sectores y un receptivo que espera funcione bastante bien

Madrid, 19/20 de abril de 2022.- Jesús Nuño de la Rosa es una de las personalidades de referencia en el ámbito de la economía y de la empresa, en donde llegó a ocupar la presidencia de El Corte Inglés, y especialmente en el ecosistema del turismo y los viajes, contexto en el que durante años presidió Viajes El Corte Inglés.

De hecho, desde su salida de la citada firma, sigue vinculado a este sector, como consejero de importantes compañías, además de ser presidente del Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid (UCM).

Esta trayectoria profesional le otorga relevancia sobrada y suficiente para ser el protagonista de una nueva edición de 'Los Desayunos de ObservaTUR', cita a la que acudió para ofrecer su visión sobre la situación actual y sobre la importancia que tiene para la industria del turismo y los viajes la gestión del talento en un entorno volátil y de incertidumbre.

El talento es para Nuño de la Rosa, de hecho, un tema capital ("es el petróleo del siglo XXI", aseguró) y ya se refirió a este asunto en el 2º Foro Dual UNAV para El Futuro del Turismo, evento en el que ya mostró su preocupación por la fuga de capital humano que se estaba produciendo en las compañías turísticas, a causa de la pandemia ("que ha hecho muchísimo daño"), acentuado en muchos casos ahora por la invasión rusa de Ucrania y por la crisis económica.

De ahí la importancia, dijo, de retener el talento, porque sigue siendo "esencial" tanto para las empresas turísticas, como, en general, para todas las compañías, "y porque la experiencia del empleado es vital", indicó. Máxime en una circunstancia como la actual, "con las aguas embravecidas", en donde se precisan los mejores recursos y equipos muy coordinados.

Recursos, en definitiva, motivados ("con buenos trabajos y un proyecto de empresa sólido") y también formados, porque el talento, si no se cultiva, caduca. Por ello es nuclear la formación continuada, de la que Nuño de la Rosa es un firme defensor, según expuso.

Espíritu de emprendimiento bajo mínimos

Pero retener el capital humano no es la única fórmula para el éxito empresarial, en opinión de Nuño de la Rosa. Es primordial asimismo generar "cantera", para lo cual --subrayó-- el papel de las universidades es fundamental, si bien estos centros (sobre todo los públicos) han de variar su enfoque, mirando más desde la óptica de las empresas y no sólo desde el punto de vista académico. En paralelo, a juicio de Nuño de la Rosa, las empresas también deberían de involucrarse más en la formación de sus futuros candidatos.

El presidente del Consejo puso sobre la mesa otro asunto importante, a su entender. Se trata de la falta de espíritu de emprendimiento entre los universitarios, que prefieren ser funcionarios y buscar la seguridad, según una encuesta realizada precisamente por su Consejo.

“Somos el país más flojo en crear emprendedores”. Asunto que se torna más grave, declaró, en el caso del emprendimiento femenino, que apenas existe. “Es necesario inculcar el emprendimiento entre las nuevas generaciones de estudiantes de las universidades públicas, porque esto tiene que cambiar”, aseveró.

Tras repasar el panorama económico general (que a su juicio vive una “tormenta perfecta” con factores “desequilibrantes” en materia de desempleo, déficit público e inflación), Nuño de la Rosa habló también de la situación del turismo.

Cree, por ejemplo, que será un buen año en general para el destino España, “que irá bien”, con previsiones “espectaculares” para algunos sectores y un receptivo que espera funcione bastante bien. Y gracias a que nuestro país ha comenzado a ser referente en numerosos segmentos (cultural, urbano, enogastronómico...), y no sólo en turismo de sol y playa, apuntó. Menos halagüeño, en cambio, se mostró con el emisor, que no vivirá su mejor año aún, dijo, “ante la falta de certezas que todavía persisten”.

NOTA DE EDICIÓN

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, IAG7/Airmet, Iberia, ReiniziaT, Renfe-SNCF en Cooperación y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

DATOS DE CONTACTO

Marketing Observatur
Marcos Franco
646 11 65 74
marcos.franco@reiniziat.es