vinetur

ILUNION Hotels reúne a 1.000 profesionales para debatir el futuro del turismo

La cuarta edición de Be Inspiring Summit aborda IA, ética, biodiversidad, innovación y marca

lunes 4 de mayo de 2026

ILUNION Hotels celebró el 29 de abril la cuarta edición de Be Inspiring Summit, una cita que reunió a alrededor de 1.000 profesionales en el hotel ILUNION Pío XII de Madrid. El encuentro se presentó bajo el lema “El futuro del turismo se construye hoy” y reunió a directivos empresariales, expertos, representantes institucionales, medios y líderes de opinión para debatir sobre los asuntos que están cambiando la industria turística.

La jornada se articuló en seis mesas de debate y contó con 24 ponentes. Los temas tratados fueron la ética empresarial, la inteligencia artificial, la biodiversidad, la innovación abierta, el marketing de marca y la situación actual del sector. La compañía enmarcó el foro como un espacio para pensar sobre el rumbo del turismo y sobre la forma de avanzar con más diálogo entre perfiles distintos.

José Ángel Preciados, consejero delegado de ILUNION Hotels, abrió el encuentro con un mensaje centrado en la necesidad de parar para reflexionar antes de seguir avanzando. “Vivimos un momento en el que el sector necesita detenerse a pensar. No para frenar, sino para avanzar mejor”, señaló. Añadió que Be Inspiring Summit nace con la idea de que el conocimiento compartido y el diálogo honesto entre personas con miradas distintas son herramientas útiles para construir un turismo más sólido, más justo y mejor preparado para el futuro.

El primer bloque estuvo dedicado a la inteligencia artificial. Javier Rodríguez Zapatero, presidente del Instituto Superior para el Desarrollo de Internet (ISDI), actuó como key speaker y participó después en una mesa moderada por David López, director Comercial de ILUNION Hotels. En ella intervinieron Toni Andújar, Corporate Digital & Madtech Director de Palladium Hotel Group; Pablo Beldarrain, Head of AI & Gen AI Solutions de EPAM NEORIS, y Manuel Monforte, Head of Commercial, Network, Alliances Data & AI de Iberia.

Los ponentes analizaron cómo las organizaciones turísticas están abordando la transición hacia modelos predictivos y de automatización desde una visión estratégica, más allá de la tecnología. Coincidieron en que la adopción de la IA debe partir de la cultura corporativa y centrarse en iniciativas que aporten valor real. También subrayaron la importancia de explicar con claridad a los equipos los objetivos, beneficios y usos de estas herramientas para reducir resistencias internas.

El encuentro siguió con un bloque sobre ética y humanismo en las organizaciones turísticas. Ana María López de San Román, directora de Ética, Sostenibilidad y Alianzas en ILUNION, intervino como key speaker y defendió el papel de la ética dentro de las empresas. “Las empresas deben ser también escuelas de valores para sus profesionales: la cultura de una organización influye en el carácter de las personas y viceversa”, afirmó.

La mesa fue moderada por Juan José Cestero, director de Personas de ILUNION Hotels, y contó con Carlos Olave, Global HR & Advisory Board Member; Rita Jácome, directora del Instituto para la Ética en la Comunicación y en las Organizaciones (IECO), y Miguel Ángel Ariño, profesor del IESE Business School. Los participantes pusieron el foco en el liderazgo humanista, en la necesidad de dar ejemplo y en el flourishing, entendido como la creación de entornos en los que las personas puedan crecer y desarrollar su mejor versión. Rita Jácome defendió además un humanismo tecnológico en el que las nuevas herramientas estén al servicio de las personas.

El bloque de innovación se desarrolló bajo el concepto “Open Innovation: colaborar para crear”. Cristian Ull, CEO de Area101, fue el key speaker y defendió que innovar no consiste solo en inventar. Según explicó, también implica adaptar tecnología, procesos

y personas a necesidades reales. Añadió que las compañías deben ser innovadoras desde su cultura y desde su propósito.

La mesa de debate estuvo moderada por Carlos Bello, director de Innovación, Tecnología y Transformación de ILUNION Hotels, y reunió a María Velasco, directora de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística de Segittur; Martín Beitia, jefe de Innovación de Iberia, y Marisol Menéndez, CEO de Bilakatu y experta en innovación abierta y ecosistemas. El debate se centró en cómo pasar de proyectos aislados a una cultura real de co-creación entre empresas, startups e instituciones.

La biodiversidad ocupó otro de los foros del encuentro, bajo el título “Nature positive: el momento de la naturaleza”. Inés Oráa, Vicesecretaria de la Fundación Príncipe Alberto II de Mónaco en España, abrió la conversación con una reflexión sobre regeneración. Sostuvo que ya no basta con reducir impactos y que el liderazgo pasa por regenerar, restaurar lo deteriorado y dejar los destinos mejor de como se encontraron.

Después, Elena Martín, directora de Sostenibilidad y Excelencia de ILUNION Hotels, moderó una mesa con Luis Suárez, coordinador de conservación de WWF España; Blanca Bonilla, jefa del Área de Economía Azul y Capacidades para la Transición Ecológica en la Fundación Biodiversidad, y Víctor Viñuales, cofundador y exdirector ejecutivo de la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES). La conversación se centró en el papel de las empresas para integrar la naturaleza en sus modelos de crecimiento y competitividad. Viñuales afirmó que no es posible construir empresas sostenibles en una biosfera insostenible y que la solución pasa por recuperar lo degradado y crecer desde ahí.

El foro sectorial contó con Inmaculada de Benito, directora del departamento de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE, como key speaker. Defendió la necesidad de redefinir el futuro del turismo y de avanzar del volumen al valor. También subrayó la apuesta por un modelo viable, competitivo, social, inclusivo y apoyado en la tecnología. Cerró su intervención con una reflexión sobre si el sector quiere ser recordado por haber aprendido a ser resiliente o por haber marcado una nueva era del turismo.

La mesa de debate de este bloque fue moderada por Beatriz Miguel Díez, directora general de ILUNION Hotels, y reunió a los periodistas Manuel Molina, Juanda Núñez y Carlos Molina. Los tres analizaron la situación actual de la industria desde la perspectiva de los medios especializados.

La jornada terminó con el foro de marketing. Gonzalo Madrid, Chief Strategy Officer y cofundador de We Are Asombro, intervino como key speaker y analizó las exigencias que afrontan las marcas en un entorno saturado de estímulos y con pérdida de confianza. “El reto no es que te conozcan, sino que te elijan: la atención se gana siendo culturalmente relevantes de forma sostenida”, afirmó.

La mesa fue moderada por Teresa Zamora, directora de Marketing y Comunicación de ILUNION Hotels, y contó con Bárbara Couto, subdirectora general de Marketing Exterior del Turismo de Turespaña; Antonio Bauza, Global Brand Communications Director de Iberostar Hotels & Resorts, y Elena González, directora de proyectos de comunicación y marketing de Promotur Turismo de Canarias. Los participantes hablaron sobre cómo trasladar el propósito de las marcas turísticas en un escenario de cambio tecnológico y nuevas expectativas del viajero.

Antonio Bauza defendió la necesidad de crear propuestas de valor claras, creíbles y alineadas con el propósito para generar recuerdos que conecten con las personas. “Así entendemos la construcción de marca en Iberostar Beachfront Resorts”, señaló.

Beatriz Miguel Díez cerró el encuentro con una apelación a la continuidad del summit. Aseguró que Be Inspiring Summit ha demostrado en sus cuatro ediciones que el turismo del futuro no se construye solo, sino en conversación y con voces distintas. Añadió que ILUNION Hotels seguirá siendo un espacio en el que el sector se reúna no para celebrar lo que ya es, sino para imaginar lo que puede llegar a ser.

Con esta cuarta edición, Be Inspiring Summit consolida su posición como espacio de referencia desde el que ILUNION Hotels impulsa conversaciones para el conjunto del ecosistema turístico. La compañía mantiene así su vocación de conectar con perspectivas diversas, inspirar y contribuir a construir un sector más innovador, más responsable y humano.

ILUNION Hotels cuenta actualmente con 32 hoteles en los principales destinos urbanos y vacacionales de España. Su modelo se presenta como pionero en accesibilidad universal, diversidad e inclusión social y laboral de personas con discapacidad en el sector turístico. La empresa fue la primera compañía hotelera en obtener el Certificado Global en Accesibilidad Universal (UNE-170001-2) en todos sus establecimientos, cuenta con el Sello EFQM 600+ y forma parte de la comunidad B Corp. Su plantilla supera los 1.900 profesionales, de los que aproximadamente 700 tienen algún tipo de discapacidad y más de 200 pertenecen a colectivos vulnerables. En sus 15 Centros Especiales de Empleo, este colectivo representa más del 70% de la plantilla.