

¿Puente de turismo? ¿Cuál es la situación en Bizkaia en plena emergencia sanitaria? – Bilbao Urban & Cities Design – Cadena Ser – Hoy por Hoy –

[et_pb_section bb_built="1?"] [et_pb_row] [et_pb_column type="4_4?"] [et_pb_text]

[Entrevista completa aquí.](#)



En el marco del plan de difusión de medios de [Bilbao Urban & Cities Design](#), el pasado lunes 6 de diciembre, en el magazine radiofónico [Hoy por Hoy Bilbao](#), de la Cadena SER dirigido por Azul Tejerina, se les realizó una entrevista a Nagore Espinosa, fundadora de nuestra empresa asociada [in2destination](#), y a [Xabier Arruza](#), Coordinador de BUCD, para hablar sobre Turismo Sostenible y Turismo de Lujo respectivamente.

Nagore Espinosa fue quien comenzó primero su conversación con la periodista para hablar sobre turismo sostenible. Comenzó hablando sobre la medición de este. Espinosa destacó la importancia del gasto en destino, y la perspectiva de los residentes.



Azul Tejerina, quiso preguntar a la fundadora de in2destination, cómo está incidiendo la actual pandemia en las mediciones turísticas que se están realizando. “Los mapas del virus no nos ayudan, desde una lógica de movilidad turística. Ayuda más que se informe sobre las normativas, y las cifras actualizadas” declaró Espinosa.

Nagore Espinosa, quiso aclarar que el Turismo de lujo no tiene por qué implicar sostenibilidad aunque incremente el gasto en destino. Aún así, dijo que tenemos que crecer en los dos tipos de turismo, que a día de hoy son intangibles y aumentan muy poco a poco, debido a que todavía se piensa que el turismo sostenible implica más gasto.

Tras esto, Xabier Arruza intervino telefónicamente como experto en turismo de lujo para hablar sobre el posicionamiento de Bilbao en este sector. “Ya competimos a nivel mundial y es importante saber si tenemos definida una estrategia clara o no. Aquí no nos gusta mencionar la palabra -lujo- pero todo el mundo quiere atraer ese tipo de turismo porque es el que más gasto per cápita deja”.

Arruza quiso destacar que el gran momento para Bilbao fue con la llegada del Museo Guggenheim, que arrastró otras marcas de lujo hacia Bilbao por primera vez, aunque debido a la crisis financiera algunas de ellas se marcharan.

Para finalizar, poniendo como ejemplo a Madrid y Marbella, Xabier Arruza mencionó la importancia de desarrollar una estrategia enfocada a ese tipo de turismo, especialmente dirigida al mercado asiático, debido a su volumen y su nivel adquisitivo.



[/et_pb_text][et_pb_column][et_pb_row][et_pb_section]

Date

2026/02/18