

Turium

LA VOZ DEL TURISMO DE EXCELENCIA

GRAN ANGULAR: ABRIENDO EL FOCO EN 2026



GETTY IMAGES

ESTE EJERCICIO ha sido para el turismo español un año de nitidez. Como si al girar el anillo de enfoque advirtiéramos con claridad lo que hasta no hace mucho estaba borroso: que el éxito ya no puede medirse por la afluencia, sino por la huella (en el territorio, en la economía y en la vida cotidiana). Una filosofía que enraiza con la estrategia de promoción de Euskadi, destino que destacamos en este número como modelo del buen hacer. Porque, aun a riesgo de repetirnos, no nos cansaremos de insistir en que el verdadero balance no está en cuántos viajeros nos visitan, sino en el valor

que generan, como ha quedado patente en el Consejo Turium. Y ya hay señales objetivas de esta transición: el gasto medio diario del turista internacional ha ido aumentando a lo largo del año, hasta superar los 200 euros, lo que sugiere una demanda más dispuesta a pagar por experiencias –algo que certifica en este especial Mabrian–, servicios de primer nivel y autenticidad. La aportación de esta industria al PIB nacional cierra en máximos históricos, al representar el 12,6%. Dejemos, por tanto, de preguntarnos si en 2026 alcanzaremos la cifra récord de 100 millones de llegadas y pongamos el foco en el tipo de éxito que queremos foto-

grafiar. Un gran angular sirve para abarcarlo todo, pero también para elegir el encuadre. Y el encuadre debería captar la excelencia, que no significa lujo. Significa identidad: un turismo distintivo, capaz de proteger lo que nos hace únicos sin convertirlo en decorado. Significa sostenibilidad real –consumo de agua y energía, cuidado del litoral, emisiones...– y un empleo profesional y estable, como recalca la Fundación Máshumano. Y significa gobernanza: reglas claras para repartir flujos, alargar temporadas, diversificar territorios y escuchar a quien vive en ellos. Solo así conseguiremos la mejor instantánea del sector. ● VIRGINIA LOMBRANA



04 FORO DE DEBATE

El *think tank* de Turium se reunió para avanzar en la hoja de ruta que debe guiar al sector hacia un modelo más cualitativo e integrador.



06 CARLOS CENDRA

El directivo de Mabrian, consultora de *big data* e inteligencia turística, reflexiona sobre las claves para potenciar los destinos de interior.



08 ACUERDO MARCO

Turium, Fundación Máshumano y la Agencia para el Empleo del Ayuntamiento de Madrid promueven el talento sénior.