



plan de acción
2020

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página 1/41



Plan de Acción 2020

índice

A. COYUNTURA TURÍSTICA	2
B. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE ACCIÓN	4
B.1. La contribución del turismo a los ODS	5
B.2. Líneas estratégicas 2020	6
B.3. Objetivos estratégicos y operativos 2020	7
C. PLAN DE ACCIÓN	26
C.1. Convenio con Turismo Andaluz	27
C.1.1. Fitur	27
C.1.2. Acciones inversas	28
C.1.3. Acciones especiales en convenio con Turismo Andaluz	29
C.1.4. Acciones propias del Patronato Provincial de Turismo de Granada	33
C.2. Acciones en sinergia con Turismo Andaluz / Turispaña	34
C.3. Acciones propias del Patronato	34
C.4. Programación de Enturna	37



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	



A

COYUNTURA TURÍSTICA

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora		
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49		
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45		
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página		3/41

COYUNTURA TURÍSTICA

La pandemia global provocada por el Covid-19, declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), ha hecho saltar por los aires todos los informes de previsión turística para 2020 y generado una situación de profunda incertidumbre que vaticina una crisis turística a escala mundial al menos a corto y medio plazo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) mantenía a principio de año sus previsiones iniciales de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en el mundo en 2020 entre un 3% y un 4%, a pesar de la crisis generada por el brote del coronavirus de Wuhan (China), que en principio tenía un ámbito local.

Sin embargo, los estados de alarma declarados por países de todo el mundo para contener la propagación de la enfermedad han tenido como consecuencia más importante el cierre de fronteras, la restricción de movimientos, la cancelación de vuelos y la clausura de hoteles, comercios y servicios. Por supuesto, millones de viajeros han cancelado sus reservas.



Esta situación sin precedentes, prolongada en el tiempo, establece un futuro incierto para el turismo, agravado por los profundos problemas económicos y de desempleo que acarreará. En crisis sanitarias anteriores, como la del SARS, los efectos sobre el sector fueron muy limitados y se recuperó rápidamente el pulso. No parece que éste vaya a ser el caso ahora.

Casi con total seguridad, 2020 será un ejercicio turístico que pasará a beneficio de inventario. Los esfuerzos deben centrarse ahora en controlar la epidemia, vencer al virus, reabrir fronteras, y, lo más importante, recuperar la confianza. Muy pocos podrán o querrán viajar por motivos de ocio vacacional este año. Y quienes lo hagan lo harán previsiblemente dentro de su propio país o con desplazamientos externos de corta distancia.

Por ello, este Plan de Acción del Patronato Provincial de Turismo de Granada, modificado del planteado inicialmente y redactado en plena pandemia, y posiblemente se vea modificado para adaptarse a la coyuntura y concentrar los recursos promocionales en el segundo semestre del año y en el ámbito geográfico regional y nacional.



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	4/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		





B

OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE ACCIÓN

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		
		Página	5/41



B.1.- LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que retoman y expanden los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), cuya aplicación culmina en 2015, comprenden 17 objetivos y 169 metas y serán el marco de la nueva agenda mundial de desarrollo para los próximos quince años.

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos estos objetivos. Desde el Patronato Provincial de Turismo de Granada somos conscientes de que es necesaria una gobernanza público-privada más ágil y comprometida entre todos los actores que formamos la cadena de valor turística, con modelos de gestión que, por la estrecha vinculación con el territorio y la ciudadanía, deberán asumir con más convicción los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Necesitamos estrategias que concilien el desarrollo turístico con el mayor respeto por el entorno, sin superar las capacidades de carga y con modelos que mejoren la calidad del empleo, el bienestar y la capacidad de acogida ciudadana.

Ante estos desafíos, y como en otros sectores, la digitalización de empresas y destinos resulta imprescindible para optimizar procesos e impulsar modelos más innovadores y disruptivos, que nos mejoren la competitividad turística diferencial.

Ejemplo de ello es el proyecto de la Federación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Granada, que aprobó en 2018 la puesta en marcha del proyecto “La Huella Verde”, cuyo objetivo principal es sensibilizar, informar e implicar al empresariado turístico de la provincia de Granada en las actitudes responsables sobre los efectos de emisión de gases de efecto invernadero.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	

B.2.- LÍNEAS ESTRATÉGICAS 2020

La nueva estrategia de promoción turística de la provincia de Granada, que ha sido diseñada con un horizonte temporal de salida de la crisis generada por el COVID-19, intenta dar respuesta a todos aquellos retos a los que nos tenemos que enfrentar como destino a corto y medio plazo, a la vez que potencia sus valores diferenciales con una visión a largo plazo.

Todo ello con el fin último de mejorar la competitividad del sector turístico granadino y el posicionamiento de nuestra provincia como destino en el contexto nacional e internacional.

Los principios de esta estrategia siguen lógicamente unos factores de segmentación:

- **Territorial**, por mercado de origen según fases:
 - 1º Nacionales en vehículo propio.
 - 2º Extranjeros de proximidad que opten por destinos con garantías de higiene y de atención sanitaria
 - 3º Normalización: procedencias previas a la crisis pero con mayor relevancia de europeos frente a extranjeros de larga distancia.
- **Sociodemográficos**, grupos de menor riesgo
- **Socioeconómicos**, grupos que conserven poder adquisitivo...
- **Segmentos tradicionales**, y buscar ahora más que nunca la microsegmentación (buceo, cicloturismo, golf...)
- **Por productos – mercados**, siendo capaces de ofrecer un número de productos “singulares” que haga muy atractivo nuestro destino.

La estrategia de promoción debería ser fruto de intercalar los distintos factores.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	7/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			

B.3.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y OPERATIVOS 2020

- Mitigar los efectos de la crisis y estimular la recuperación del turismo.
- Apoyar el turismo es apoyar la creación de empleo y la recuperación económica.
- Comprender el mercado y actuar con rapidez para restablecer la confianza y su percepción por parte de los mercados turísticos.
- Diversificar los mercados, los productos y los servicios.
- Reactivar y mejorar la conectividad aérea, ferroviaria y portuaria.
- Convertir la provincia de Granada en un destino turístico inteligente.
- Fortalecer la gobernanza del turismo a todos los niveles

Líneas estratégicas



Comunicación y
promoción de la
provincia



Creación e
impulso de
productos y
destinos turísticos



Formación y
apoyo a las
empresas
turísticas



Apoyo a la
promoción
turística de los
municipios



Herramientas
digitales para el
futuro del
turismo



Gestión coordinada: Competitividad en cooperación público-público y público-privado

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	



Comunicación y promoción de la provincia

Esta primera línea estratégica persigue la mejora del posicionamiento del destino Granada a escala regional, nacional e internacional. Esta mejora del posicionamiento está orientada a atraer más turistas y de más calidad, es decir, con mayor capacidad de gasto, durante todo el año. En la estrategia de marketing del destino se incluye la mejora del posicionamiento de la marca “Granada” para que sea capaz de posicionar la oferta del destino en el mercado turístico y que aúne los atractivos turísticos de nuestra provincia.

La nueva estrategia de promoción turística de la provincia de Granada, que ha sido diseñada con un horizonte temporal de salida de la crisis generada por el COVID-19, intenta dar respuesta a todos aquellos retos a los que nos tenemos que enfrentar como destino a corto y medio plazo, a la vez que pone en valor y potencia sus valores diferenciales con una visión a largo plazo, plantea una evolución de la comunicación y la promoción, basada en la segmentación de la oferta y de la demanda, así como en la renovación de los soportes empleados en el proceso promocional. Es decir, la actividad de promoción tenderá a la especialización por producto y por mercado, empleando los canales y soportes más adecuados en cada caso.

Marketing online: Reforzar las actuaciones de marketing online para contribuir en la difusión de la oferta turística del destino en los diferentes mercados.

Las redes sociales juegan un papel clave hoy en día en la vida en general y la industria turística no está al margen de ello. Todos los sectores económicos ven las redes sociales como aliados interesantes a la hora de promocionar sus productos.

Implementación por parte del Patronato Provincial de Turismo de una serie de Planes de Social Media compuestos por varias redes ya utilizadas hasta la fecha (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) y con nuevas redes sociales que sean interesantes y que permitan llegar a los millones de usuarios que las frecuentan, consiguiendo una buena reputación online.

Los Planes de Social Media apuestan por la difusión del destino y la comunicación directa y rápida con clientes potenciales, viralizar contenidos y opiniones, apoyar acciones de marketing del Patronato y actuaciones que fomenten la interacción con los fans o seguidores.

Fomentar la presencia en las plataformas online líderes de comercialización turística de los mercados de origen prioritarios, favoreciendo así la venta directa al turista final.

Impulsar una campaña de inbound marketing, a través de la creación y distribución de contenido relevante y valioso para atraer y llamar la atención de un público bien definido, con el objetivo de impulsar la fidelización de los clientes ya existentes y la captación de nuevos.

Se trata de crear la conexión emotiva con nuestro público objetivo a través de historias (storytelling). Esto requiere de una marca convincente y auténtica que va más allá de la venta de destino, con capacidad de extenderse a través de otras voces y abarcando un amplio espectro de temas turísticos y no turísticos (blogs especializados). Un contenido rico reforzará aún más el valor de la marca.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	9/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		





Acciones de co-marketing: Se desarrollarán actuaciones promocionales en colaboración con el sector privado (con turoperadores) que permitan reforzar el conocimiento y el posicionamiento del destino en el mercado turístico, especialmente en aquellos mercados prioritarios en cada momento.

Estas actuaciones de co-marketing permitirán realizar una promoción específica de aquellos productos turísticos de Granada más relevantes para cada mercado como, por ejemplo, acciones enfocadas hacia el turismo de naturaleza en los mercados de origen prioritarios.

Desarrollo de una red de prescriptores del destino: Se trata de una de las acciones estratégicas en el ámbito promocional que dará como resultado una red de agentes en diferentes mercados que realicen una prescripción directa del destino.

La configuración de esta red de prescriptores se articulará principalmente con la organización de presstrips y famtrips orientados principalmente a la captación de mercados prioritarios en cada fase de la estrategia.

Estas actuaciones de familiarización darán a conocer la provincia de Granada con carácter general y se centrarán en productos turísticos o segmentos de demanda, según las necesidades y oportunidades que se identifiquen en cada caso, como por ejemplo, el impulso de la gastronomía, el turismo activo y de naturaleza, el turismo deportivo, etc. o la captación de segmentos como el turismo LGBTI o el turismo idiomático.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	10/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



Esta red de prescriptores incluirá, además de agencias, turoperadores y medios de comunicación, la colaboración de personajes relevantes o influencers (por ejemplo, deportistas con capacidad de prescripción en un mercado o segmento de demanda determinado), de los que se buscará la incorporación de contenidos favorables de Granada en sus exposiciones públicas y/o canales de comunicación habituales.

Ferias: El Patronato Provincial de Turismo lleva varios años reorganizando sus participaciones en ferias turísticas. Para lo que resta de año y en función de la evolución de la pandemia se seguirá apostando por esta tipología promocional, pero con matices muy claros. De esta manera, se apuesta por la participación de Granada en las principales ferias turísticas genéricas de cada uno de los mercados más importantes, sumándole la participación en ferias específicas dirigidas a nichos de mercado con motivaciones de viaje muy concretas y en ferias virtuales. De este modo, PYMES y sector empresarial en general, tendrán la oportunidad de seleccionar aquellas acciones que les proporcionen un retorno más directo relacionado con su actividad.



Jornadas de comercialización: Desde el Patronato Provincial de Turismo también se reforzará la organización de jornadas de comercialización del destino Granada y de sus productos turísticos en los mercados emisores de turistas identificados como prioritarios.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	

Los encuentros profesionales, workshops o jornadas de comercialización serán tanto directas (en el mercado de origen) como inversas (en la provincia de Granada) e impulsarán la venta directa del destino y la generación de relaciones comerciales con el sector empresarial granadino.

Estas acciones también se llevarán a cabo en ciudades medias/pequeñas en las que normalmente no se realizan presentaciones de destinos (ya que se suelen hacer siempre en ciudades de mayor tamaño), por lo que cuentan con una excelente acogida entre los profesionales del sector. De esta manera, PYMES y sector empresarial en general, tendrán la oportunidad de seleccionar aquellas acciones que más les interesen y que reviertan un retorno más directo relacionado con sus productos comercializados.

Acciones de promoción dirigidas a público final: Se apuesta por el desarrollo de esta táctica en mercados en los que la marca Granada está plenamente identificada, reconocida y valorada, y en la que los turistas se elaboran sus viajes de una manera independiente. En estos mercados es ideal realizar estas actuaciones de marketing en las que se traslada directamente al consumidor final la riqueza y variedad turística la provincia. Estas acciones se llevan a cabo en centros de gran afluencia de público o en espacios de búsqueda de nichos concretos de población, transmitiéndole la existencia en Granada de productos, recursos y destinos que cubren sus motivaciones básicas a la hora de elegir un destino vacacional.

La apuesta por la realización de actuaciones de promoción directa en los mercados origen reforzará también el conocimiento del destino y de sus productos turísticos.

Se pondrán en marcha actuaciones de diversa naturaleza en los mercados origen. Por ejemplo, la presencia a través de stands en eventos o festivales, actividades propias que den a conocer la oferta del destino o los “Granada Roads shows”.

El desarrollo de estas entidades contará con la colaboración de los agentes turísticos de Granada y de otras entidades como Turespaña, Turismo Andaluz o Diputación de Jaén.

Apoyo a eventos de gran repercusión mediática: Se reforzará el soporte que se brinda a los eventos y espectáculos extraordinarios de alto potencial de atracción turística que se celebren en la provincia de Granada con el objetivo de maximizar su repercusión tanto a escala nacional como internacional, de forma que se posicione Granada como destino atractivo y dinámico.

Este apoyo se realizará tanto a los eventos consolidados, o como a aquellos nuevos que surjan y que sirvan para situar a Granada como un destino relevante internacionalmente, como grandes certámenes, conciertos, festivales, musicales, deportivos, etc., y estará vinculado principalmente al desarrollo de actuaciones de patrocinio, promoción y comunicación de los eventos.

Presencia en medios audiovisuales y escritos: La presencia de la provincia de Granada en medios de comunicación audiovisuales persigue la obtención de un posicionamiento inteligente del destino. Por tanto, es clave identificar los medios audiovisuales que tienen una mayor penetración tanto en cada mercado objetivo (a nivel internacional, nacional y provincial) como en cada segmento de demanda.

En este ámbito, se potenciará a la captación de rodajes y filmaciones, promoviendo la provincia de Granada como lugar de rodaje y facilitará el trabajo a aquellas productoras que elijan nuestra provincia para sus



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	

localizaciones, con lo que a la vez que se atraen producciones internacionales ampliando la visibilidad internacional, se abren nuevas vías de negocio, tanto al sector audiovisual como a sectores relacionados con el turismo (alojamiento, restauración, etc.).

Se potenciarán las acciones de receptivo específico, para promocionar Granada como escenario de rodajes.



Planes de comunicación específicos: Se seguirá trabajando para hacer de la provincia de Granada un destino atractivo para el turista nacional (incluido el granadino) e internacional aumentando el esfuerzo promocional. Para ello se articularan planes específicos de comunicación en el ámbito provincial, regional, nacional e internacional, en el momento en que el grado de percepción de seguridad en cada uno de los mercados de origen lo haga necesario.

Campañas de apoyo conectividad: aérea, AVE, y cruceros

La captación de visitantes de mercados lejanos pasa por disponer de una conectividad aérea sólida, por lo que se realizará un especial esfuerzo por la recuperación de, al menos, las conexiones de las que se disponía antes de la crisis. También se intentará poner en marcha nuevas conexiones aéreas que permitan acercar la provincia de Granada a los mercados prioritarios para el destino y captar a sus potenciales visitantes frente a destinos competidores.

De igual forma, tratar la conectividad con ferrocarril en los mercados con los que disponemos de enlace con alta velocidad que permitan acercar la provincia de Granada a los mercados prioritarios para nosotros y captar a sus potenciales visitantes frente a destinos competidores.

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	13/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



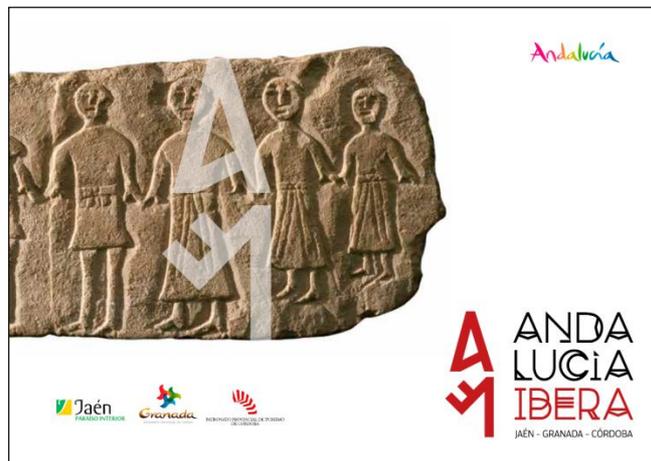
De especial interés para la provincia de Granada resulta el fortalecimiento de las conexiones y escalas en el puerto de Motril, y cuyas rutas/escalas todavía son escasas si se comparan con las existentes con otros destinos próximos.

Desde el Patronato Provincial se pondrán en marcha acciones de co-marketing con diferentes compañías aéreas, operadores ferroviarios y navieras, tanto españolas como procedentes de los mercados origen con los que se establezcan las nuevas rutas/escalas o conexiones.

Acciones conjuntas con actores de otros sectores: El turismo es una industria multidisciplinar, con un gran efecto de arrastre sobre el resto de sectores. Probablemente, el turismo sea la industria más multidisciplinar que exista en España. Con acciones conjuntas se busca potenciar esa relación entre el turismo y el resto de sectores, fomentando la innovación multidisciplinar. Se busca combinar conceptos y productos entre dos o más áreas que a priori no tiene una relación directa. Unir dos conceptos de sectores diferenciados ampliando el abanico de la oferta, diversificando y apostando por una oferta turística diferencial. En esta línea de actuaciones se incidirá especialmente en los binomios Turismo-Deporte, Turismo-Cultura, Turismo-Comercio... (ejemplo SIMOF)

Acciones inversas: En convenio con Turismo Andaluz y también en colaboración con Turespaña, el Patronato recibe y organiza cada año más de medio centenar de viajes de familiarización de agencias de viaje y turoperadores, medios de comunicación y blogs. Los famtrips, presstrips y blogtrips son una de las herramientas de marketing más rentable, pues suelen generar un rendimiento medible y perceptible a medio plazo. La colaboración institucional, así como la de los empresarios locales, permite repartir costes y obtener mejores resultados. Apertura de estas acciones inversas a productoras y localizadores cinematográficos/publicitarios.

Publicaciones: El uso de los smartphones está muy extendido y es una herramienta cada vez más habitual para los turistas en el destino. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que el uso de folletos y guías tradicionales en papel sigue contando con un importante número de usuarios. Una gran cantidad de turistas solicitan y requieren una guía, mapa o plano físico, de modo que es necesario disponer de esas publicaciones en diferentes idiomas para cubrir las necesidades. De esta manera, se elabora una amplia gama de publicaciones con las que recoger los principales atractivos turísticos de nuestra provincia, de zonas, de segmentos, etc. Estas publicaciones deben recoger la gran cantidad de destinos, recursos y experiencias que un turista puede vivir en Granada, incitándole a que visite el mayor número de sitios posibles y fomentando la generación de un mayor gasto.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	14/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		





Creación e impulso de productos y destinos turísticos

Uno de los grandes retos de nuestra provincia como destino turístico es articular la rica y variada oferta. Para ello es necesario potenciar la oferta actual, poner en valor nuevos recursos y crear nueva oferta turística en colaboración con los principales municipios turísticos y destinos, así como con el sector privado.

Para una correcta promoción de la oferta, es clave alinear en la marca “Granada” tanto el portfolio de productos turísticos como la oferta del sector.

También se trabajará para el fortalecimiento de los diferentes destinos de la provincia a través de la diversificación de productos, del trabajo en red y del uso de nuevas tecnologías.

Articulación de destino

El Patronato Provincial de Turismo trabajará con los diferentes destinos de la provincia de Granada para lograr un discurso y un posicionamiento coherente en el mercado turístico.

Esta forma de trabajo coordinada incluirá la creación de productos que incluyan recursos de varios destinos, la alineación de sus objetivos, la promoción y el correcto empleo de las marcas turísticas de los diferentes destinos.

Por otro lado, desde el Patronato pretendemos trabajar conjuntamente con las entidades gestoras de recursos turísticos de la provincia de Granada, que permitan el lanzamiento de productos atractivos para el mercado nacional e internacional, y que pongan en valor los recursos presentes en la provincia de Granada mediante un discurso unificado (por ejemplo, establecer protocolos de colaboración firmados por la Diputación de Granada y espacios naturales protegidos para el impulso del turismo en dichos espacios).

Nuevos nichos de mercado

Para dar respuesta a las nuevas necesidades y tendencias de la demanda turística, el Patronato Provincial de Turismo trabajará en el desarrollo de otros productos turísticos más específicos o de carácter emergente. Como, por ejemplo, el turismo de arte sacro y religioso, o castillos y fortalezas, para los que nuestra provincia cuenta con una oferta rica y competitiva.

Turismo cultural y patrimonial

La oferta cultural y patrimonial de la provincia de Granada es una de las principales fortalezas de nuestro destino y uno de sus principales elementos diferenciadores en el mercado turístico, vertebrando además el resto de la oferta turística de la provincia de Granada.

Se trabajará en el impulso de otros destinos y productos culturales de la provincia como, por ejemplo, los castillos, fortalezas y puentes históricos, yacimientos arqueológicos, el patrimonio, vías de comunicación históricas.

Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	15/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



La Diputación de Granada establecerá convenios con la Administración General de Estado, la Junta de Andalucía, el Patronato de la Alhambra y el Generalife, o los municipios granadinos, entre otros agentes, para el desarrollo de productos culturales y actuaciones promocionales en productos específicos.

Asimismo, se establecerán acuerdos para crear un bono turístico provincial que reúna el acceso a museos, actividades, o instalaciones culturales.

Turismo activo y de naturaleza

El producto de turismo activo y de naturaleza es uno de los que cuenta con mayor potencial de crecimiento y para el que la provincia de Granada cuenta con espacios naturales protegidos de gran valor turístico. Se trata de un producto con una demanda creciente, de acuerdo con las tendencias observadas en el mercado turístico.

Granada, ganzjährig geöffnet. Direktflug Berlin-Granada.

Besuchen Sie uns am:
Halle 2.1
Standk 201



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	

Turismo de ocio y deportivo

Granada ofrece al turista una propuesta de ocio y deportiva amplia y de calidad, desde la posibilidad de asistir a distintos eventos deportivos, la práctica de múltiples deportes, una rica oferta de programación musical y, gracias en parte a su población universitaria, una vida nocturna conocida internacionalmente.

El Patronato de Turismo realizará diferentes acciones para la promoción de Granada como destino de turismo deportivo, incluyendo patrocinios a diferentes eventos o actuaciones capaces de movilizar a flujos turísticos relevantes, acciones de marketing en colaboración con otras entidades, etc.

Asimismo, se colaborará con el sector privado o con otras entidades públicas a la generación de productos y actividades que enriquezcan la oferta de ocio de la región y, por tanto, su agenda turística y cultural, por ejemplo, conciertos, festivales espectáculos nocturnos, eventos, etc.

Cicloturismo

El cicloturismo es una de las tendencias de turismo que más crecen en la Unión Europea, y la provincia de Granada reúne condiciones idóneas para su desarrollo.

Este producto está vertebrado y cuenta con una estructura de coordinación que incluye a todas las entidades locales, a los empresarios del sector y a las asociaciones, junto a otros agentes con interés en el proyecto, tales como Turismo Andaluz.

Esta coordinación desarrollará una estrategia en tres frentes: el desarrollo y mantenimiento de infraestructuras, la creación de producto y su calidad, y la promoción y comercialización turística.



Buceo y fondos marinos

La Costa Tropical de Granada está bañada por el Mar de Alborán. En él, las frías y ricas aguas del Atlántico se encuentran con las cálidas y salinas del Mediterráneo, formando unas condiciones ambientales insólitas que se reflejan en la diversidad de los habitantes marinos de estas aguas. Sus fondos marinos proporcionan



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	17/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



unas zonas de inmersión fantásticas. El Patronato Provincial de Turismo trabajará en el impulso de este producto, desarrollando acciones promocionales en coordinación con las empresas del sector y los entes de promoción de la Costa Tropical.

Turismo gastronómico

La provincia de Granada es una potencia en turismo gastronómico, producto cada vez más demandado por el mercado turístico, gracias a una oferta única que combina la cocina de vanguardia y la tradicional.

Asimismo, la Diputación de Granada, a través de Sabor Granada, impulsa la marca distintiva de los productos agroalimentarios de la provincia de Granada, trabajando en dar a conocer lo mejor de la provincia y, sin duda, entre lo mejor están sus productos agroalimentarios, fruto de una enorme riqueza paisajística y climática.

En este sentido se trabajará de forma conjunta con la Diputación de Granada y las distintas D.O. e I.G.P. en potenciar nuestra provincia para el impulso de su actividad y se promocionarán de manera específica como un activo diferenciador de nuestra provincia.

Enoturismo

Los Vinos de Granada D.O. son un recurso de dinamización e identidad turística de Granada. La combinación de vinos y turismo da lugar a experiencias que refuerzan la satisfacción del cliente cuando se presentan de forma conjunta. Por tanto, la provincia tiene una magnífica oportunidad de desarrollo de ambos productos combinándolos en una misma oferta y bajo una misma marca.

Para promover, de forma cohesionada, el enoturismo en nuestra provincia se promoverá la creación de un ente como mecanismo de cooperación público privada que representa todos los agentes implicados: desde productores hasta restauradores y turoperadores.

Las rutas del vino favorecen recorridos e itinerarios de interés para conocer el patrimonio vitivinícola, ambiental e histórico-cultural de la provincia de Granada a partir de un producto con perfil tradicional y, al tiempo, contemporáneo como es el vino.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	18/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



Turismo familiar

Actualmente es un nicho muy estacional y sobre todo centrado en turismo de sol y playa. En el ejercicio 2018 se implementó una guía para dar respuesta a las demandas de nuestros visitantes que fomenta la realización de actividades complementarias por parte de las familias que visitan nuestro destino, con el objetivo de mejorar la distribución por nuestra provincia del turista familiar.

Por ello vamos a intensificar nuestros esfuerzos en impulsar y promocionar de forma específica este nicho de mercado, en las distintas acciones promocionales a desarrollar.

Turismo idiomático y de cultura española

El aprendizaje del español y el conocimiento de la cultura española es un reclamo muy relevante para nuestra provincia y que resulta un activo muy atractivo en diferentes mercados emisores.

Se trata de un grupo de demanda con un alto potencial y de un alto nivel de calidad, no sólo en materia docente, sino también en cuanto a los servicios complementarios ofertados.

Para impulsar nuestro posicionamiento como destino de turismo idiomático se realizarán diferentes iniciativas en colaboración con el Instituto Cervantes, Universidades y centros de enseñanza con diferentes objetivos como, por ejemplo, diseñar políticas y programas de incentivación para posicionar a la provincia de Granada como arquetipo del impulso del turismo idiomático o actuaciones promocionales específicas para este producto.



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	19/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			



Formación y apoyo a las empresas turísticas

Innovar es una nueva manera de hacer las cosas, a la hora de plantear y desarrollar las actuaciones. Para ello, el Patronato cuenta con la Escuela Internacional de Turismo Rural (Enturna), entidad de creación y transmisión de conocimiento y asesoramiento, básica para la formación de recursos humanos.

Esta línea estratégica tiene como objetivo dotar al sector turístico provincial de herramientas que mejoren tanto su competitividad como la calidad del servicio. Estas herramientas se dirigen tanto a los profesionales del sector turístico como a empresas y otras entidades de gestión, favoreciendo la innovación como palanca de cambio.

La apuesta por la formación de los profesionales turísticos de la provincia tiene como objetivo aumentar la captación de visitantes y mejorar la experiencia de los que finalmente nos visitan.

Se plantean la reformulación de las acciones formativas adaptadas a la evolución de la pandemia a través de webinars, con acciones formativas dirigidas a los profesionales que tienen contacto con los visitantes (transporte, comercio, diferentes servicios, etc.) con el objetivo de que adquieran habilidades que permitan mejorar la experiencia turística, y acciones dirigidas a la formación en comunicación y marketing online con el objetivo de mejorar la presencia online de los recursos y productos turísticos que ofrece nuestro destino.

Está previsto el desarrollo de un plan de choque formativo para la gestión de la crisis originada por el COVID-19



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	20/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



También se plantean acciones formativas en implementación de medidas higiénico sanitarias en colaboración con la plataforma de ayuda al sector de la hostelería, promovido por los colegios profesionales de veterinarios y farmacéuticos. Se plantean un total de 17 acciones formativas por toda la provincia, además de la formación online.

Se potenciará el Observatorio Turístico Provincial, la investigación y análisis a través de Enturna, como referencia de centros de inteligencia turística de la provincia de Granada para las administraciones públicas y pymes de nuestra provincia, como elemento eficaz en la toma de decisiones.

Transferencia de conocimiento y fomento de la formación

Adaptación de propuestas formativas ya programadas a formato de videoconferencia o webinar

- Formación para emprendedores y empresarios
- Marketing de eventos
- Participación en ferias, acciones y foros (material, organización de contactos, optimización de los mismos, pre y post feria, etc...)
- Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones
- Gestión de CRM y encuestación digital - métodos de encuestación, el cuestionario de satisfacción, recogida y tabulación de datos, elaboración de informes, satisfacción de clientes
- Claves de atención al cliente (presencial y no presencial)
- Gestión turística de redes sociales: Instagram
- Mis primeros pasos de la promoción de mi negocio en internet
- Creación de producto turístico y benchmarking
- El negocio responsable: responsabilidad ambiental y social
- Atención y acompañamiento a personas con discapacidad en centros de visitantes
- El informador turístico en el mundo digital (reputación, Instagram, Facebook, Twitter, Google, cliente digital, encuestación ...)

Plan de choque formativo para la gestión de la crisis webinars

- 'Rechallenge': innovación y creatividad para diseñar un cambio del modelo en turismo basado en repensar, reinventar y rediseñar un nuevo modelo de experiencias con técnicas de pensamiento lateral.
- Transformación digital ante la post crisis Covid-19
- 'Mindfulness' ejecutivo e inteligencia emocional en la era post-Covid19



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	21/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			

- Diseño de mapas de experiencia de clientes
- Comunicar en tiempos de crisis
- Cómo gestionar la crisis del Covid-19 desde tu empresa
- Las cinco fases por las que pasará la crisis del Covid-19 y cómo prepararte para ganarla
- Marketing digital para restaurantes
- 'Storytelling' para la gestión de crisis. Aprender a crear relatos que emocionan
- Puesta en valor del producto local en la gastronomía y restauración
- Medidas preventivas para el control del Covid-19 en hostelería/restauración



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	



Apoyo a la promoción turística de los municipios

1. Refuerzo de los programas de concertación.

PROGRAMA 331: Apoyo a la información turística local

PROGRAMA 333: Asesoramiento técnico para el desarrollo turístico de los municipios

PROGRAMA 336: Realización de diagnósticos estratégico-turísticos para la declaración de municipio turístico

PROGRAMA 338: Planes especiales de promoción turística

PROGRAMA 339: Cesión de imágenes del archivo fotográfico del Patronato

2. Aumentar la presencia en el territorio.

La gestión de la gobernanza en un destino turístico es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos.



3. Articulación y dinamización de los distintos ámbitos territoriales

Para asegurar la efectiva participación y coordinación de todos los agentes del sector se pondrán en marcha diferentes herramientas en las que esté presente el sector público y privado, municipios turísticos, grupos de acción local, gestores de recursos turísticos y asociaciones empresariales.

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeokigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	23/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		





Herramientas digitales para el futuro del turismo

En línea con el reto de la provincia de Granada de convertirse en un Destino Turístico Inteligente, se avanzará en el modelo de gestión del destino para adaptarse a este nuevo escenario.

En este sentido, en colaboración con Red.es se elaborará un plan específico con el objetivo de convertir la provincia de Granada en el primer destino provincial inteligente.

Este plan desarrollará aspectos tan importantes para lograr un destino de éxito como son la tecnología, la innovación, la accesibilidad o la sostenibilidad.

Asimismo, se comenzará a trabajar en la implantación de un sistema integral de inteligencia turística que mediante el uso de soluciones tecnológicas de vanguardia, recoja, procese y analice en tiempo real grandes flujos de información como herramienta clave para todo el sector en el conocimiento del turista y en el proceso de toma de decisiones.

1. Sistema integral de gestión inteligente de destino turístico.

Que permita mostrar la oferta de manera integrada al turista, haga más eficiente la gestión y posibilite la organización de datos, para que se convierta en el centro de la estrategia digital de la provincia de Granada como destino turístico. Implementación de herramientas de inteligencia turística para la toma ágil de decisiones.

2. Promover la excelencia en la promoción y comunicación con el cliente en destino a través de las oficinas de información.

La Oficina de Turismo del Patronato, así como el punto de información situado en el Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén, siguen siendo puntos claves dentro de nuestro territorio.

Aunque exista una gran cantidad de turistas que llegan al destino con su viaje perfectamente planificado y estudiado, existe un gran número de viajeros que sí acuden a las oficinas de turismo buscando consejos de profesionales que le ayuden a decidir qué hacer, dónde ir, etc. Más de 160.000 turistas recurren cada año a nuestras oficinas de turismo para solicitar información sobre el destino. Por lo tanto, son un vehículo ideal para ayudar al visitante que llega a Granada, ofreciendo un servicio profesional, fomentando el uso de nuevas tecnologías tanto en la oficina en sí como a la hora de suministrar información.

Está previsto a lo largo de 2020 la renovación del punto de información situado en el Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén, así como la incorporación en el mismo de dispensadores de soportes promocionales, dispensadora de folletos, y de dos puntos acceso mediante paneles táctiles a nuestra web para cubrir las horas en que el mostrador no se cubre de forma presencial por el personal.

En este sentido, se plantea la musealización y puesta en valor con nuevas tecnologías inmersivas de la planta primera de la sede de Patronato de Turismo, para que sirva como centro de recepción de visitantes y permita reorientarlo a otros lugares de la provincia.



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	24/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			



3. Desarrollar nuevos formatos de contenidos.

El público objetivo reclama contenido de calidad, original y que aporte valor añadido. Las nuevas posibilidades tecnológicas se están imponiendo en todos los destinos, a través de soportes que permiten llevar el mensaje al cliente de un modo más espectacular y atractivo. Así, se plantea la generación de contenido utilizando las más diversas técnicas para la creación de piezas de gran impacto visual, como drones, vídeos en 4K, realidad virtual, realidad aumentada, etc.

Contenidos interactivos, 360°, 3D, realidad aumentada, gamificación y georeferenciación. Es imprescindible diversificar los formatos tradicionales para también diversificar la audiencia y aprovechar las ventajas de cada uno. El lenguaje audiovisual es la tendencia dentro de las comunicaciones online, actualmente se multiplica casi exponencialmente gracias a los dispositivos móviles, y se prevé un mayor crecimiento gracias a la convergencia entre Internet y el televisor doméstico. Pero además el vídeo es la forma más efectiva de transmitir las vivencias y sensaciones de viajar a nuestro destino, su clima, su gente, su gastronomía, sus recursos, entorno...

4. Desarrollar un modelo de señalética inteligente.

En activos clave, como emplazamientos del producto 'Universo Lorca' y del Geoparque de Granada.



Código Seguro De Verificación	gkl80mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	25/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			



Gestión coordinada: Competitividad en cooperación público-público y público-privado

La gestión de la gobernanza en un destino turístico es fundamental para el desarrollo de la actividad turística en el medio y largo plazo con las garantías de transparencia, eficiencia y participación que exigen los nuevos retos.

Los mismos que ponen el foco de la planificación, no sólo en el turista, sino también en el bienestar del residente y la convivencia entre ambos, y en entender la gestión turística en coordinación con el resto de áreas del destino.

Para asegurar la efectiva participación y coordinación de todos los agentes del sector se pondrán en marcha diferentes herramientas en las que esté presente el sector público y privado, municipios turísticos, grupos de acción local, gestores de recursos turísticos y asociaciones empresariales.

Foros sectoriales

Desarrollo de encuentros con los distintos sectores turísticos de la provincia, para aunar los esfuerzos en función de la demanda de dichos sectores.

Foros territoriales

Desarrollo de foros en la provincia de Granada dirigido a entidades locales y empresas del sector.

Coordinación público-privada

La construcción de un destino turístico atractivo es tarea conjunta de las administraciones públicas y sector privado, tanto en lo que se refiere a asociaciones profesionales o empresariales como empresas privadas. En este sentido el Patronato Provincial de Turismo se compromete a mantener -como ya viene haciendo- cauces de diálogo y colaboración con el sector privado y desarrollar planes específicos y concretos de colaboración en áreas como la promoción, la comunicación o la formación, por mencionar algunos de sus ámbitos de actuación.

Colaboración con ayuntamientos y agentes del territorio

Con el objetivo de favorecer el turismo en toda la provincia y atraer mayor número de visitantes, se colaborará con los ayuntamientos y grupos de desarrollo rural en la alineación de objetivos para la puesta en valor de sus recursos y la promoción de sus productos turísticos. Las iniciativas propuestas por estas entidades estarán enfocadas a lograr un mayor desarrollo económico de los municipios de la provincia de Granada mediante la creación de nuevos puestos de trabajo.

Coordinación con otros destinos, administraciones y entidades

El Patronato Provincial de Turismo pondrá en marcha diferentes iniciativas que fomenten el trabajo conjunto y el entendimiento con la administración nacional, autonómica y provinciales con competencias en materia turística.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	26/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			



C

PLAN DE ACCIÓN

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		
		Página	27/41



C.1. Convenio con Turismo Andaluz

C.1.1. FITUR

El Patronato Provincial de Turismo de Granada participó en Fitur 2020, la 41ª edición de la feria, con un expositor ubicado en el Pabellón de Andalucía del Recinto Ferial Juan Carlos I.

Esta participación está contemplada en el convenio con Turismo Andaluz. Previsiblemente, como viene siendo habitual en los últimos años, Turismo Andaluz contrató en Ifema un pabellón entero, el número 5, para la instalación de su expositor. Cada una de las ocho provincias, incluida Granada, contará con un espacio propio de aproximadamente 340 metros cuadrados.



El stand de Turismo Andaluz contaba con una imagen unitaria, con lo que Granada compartía estética y estructura externa con el resto de expositores de las provincias andaluzas.

La participación del organismo autónomo de Diputación tuvo un marcado carácter profesional. Esto implicó que los protagonistas eran los municipios de la provincia, sus recursos turísticos y sus empresarios. En el stand de la Diputación estuvieron representados todos y cada uno de los municipios la provincia y numerosas empresas e instituciones públicas y privadas.

Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	28/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



La asistencia a Fitur es una de las 125 actuaciones, aproximadamente, que el Patronato Provincial de Turismo realiza cada año para la promoción nacional e internacional de Granada. El organismo de Diputación presentará una imagen global de la provincia como destino turístico. El objetivo del Patronato en Fitur fue resaltar la mayor virtud de la provincia: su enorme diversidad de recursos turísticos, que le otorga una gran competitividad como destino.

Por ello, el Patronato estructuró su 'stand' por productos turísticos y bajo la marca 'Granada'. El espacio expositivo, con mostradores de atención a profesionales y público, se dividirá en cuatro zonas correspondientes a los cuatro principales productos turísticos que oferta la provincia de Granada:

- Turismo Cultural y Monumental
- Turismo Rural
- Turismo de Sol y Playa
- Turismo de Nieve

C.1.2. ACCIONES INVERSAS



En convenio con Turismo Andaluz y también en colaboración con Turespaña, el Patronato recibe y organiza cada año más de medio centenar de viajes de familiarización de agencias de viaje y turoperadores, medios de comunicación y blogs. Los famtrips, presstrips y blogtrips son una de las herramientas de marketing más rentable, pues suelen generar un rendimiento medible y perceptible a medio plazo. La colaboración institucional, así como la de los empresarios locales, permite repartir costes y obtener mejores resultados.

El Patronato seguirá realizando este tipo de acciones en 2020, haciendo especial hincapié en los destinos con los que Granada cuenta con conexiones directas. Sin embargo, no es posible prever en cantidad ni determinar en procedencia ni fecha, ya que se está a expensas de las solicitudes realizadas por los prescriptores y de los respectivos planes de actividad de Turespaña y Turismo Andaluz.

Como novedad en este tipo de acciones para el próximo año se pretende implantar un "pasaporte"

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	29/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



con la colaboración de las oficinas de turismo y principales recursos turísticos de la provincia, con la intención de los blogueros e influencers que soliciten nuestra colaboración durante su viaje a Granada descubran los lugares más singulares y desconocidos de la provincia y se comprometan a darles amplia difusión en sus respectivos blogs/redes sociales.

C.1.3. ACCIONES ESPECIALES EN CONVENIO CON TURISMO ANDALUZ

Planificación y compra de soportes de publicidad televisivos para la difusión del destino granada.

Con esta acción promocional se pretende apoyar al tejido empresarial a través de la presencia de la marca Andalucía y del destino Granada, en televisiones de ámbito nacional y en las principales las principales televisiones autonómicas del territorio nacional, el principal emisor de viajeros hacia Andalucía, y Granada concretamente, por lo que la acción contribuirá a la captación de clientes procedentes de este mercado.

Para ello se realizará una campaña durante los meses de septiembre a noviembre con el objetivo de que el destino llegue, a través de spots específicos en la pequeña pantalla, al mayor número posible de público.

Se proponen las principales cadenas nacionales (Antena 3 o Telecinco) y televisiones autonómicas en concreto las televisiones de Andalucía, Madrid, País Vasco, Castilla León, Galicia y Asturias, por ese orden de prioridad.

Promoción de la provincia como destino de golf.

El turismo de golf es un segmento de gran interés, dado el alto poder adquisitivo de sus clientes y el poder desestacionalizador, ya que la temporada alta es en invierno. Granada, con tres campos de golf en la provincia, es un destino emergente en este segmento, pero con un gran potencial por su oferta complementaria y la calidad de los equipamientos.

Uno de los mercados más interesantes para el desarrollo de este segmento en Granada es el escandinavo. Proponemos por ello una campaña de comunicación en Dinamarca a través del turoperador Caddie Golfrejser, que permitirá impactar en 1,8 millones de golfistas del país.

Producto turístico Federico García Lorca 'Universo Lorca'

El objetivo es difundir y divulgar el legado de Federico García Lorca en la provincia de Granada como medio de cualificación y enriquecimiento del destino y su aprovechamiento como recurso de interés turístico y como elemento de dinamización de la economía local.



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	30/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



Para ello se ha diseñado una estrategia en la que se vincula la vida y obra del poeta con el territorio a través de una plataforma web que pondrá a disposición de todos los interesados una amplia y rigurosa documentación, respaldada por estudiosos y expertos, que permita a los interesados, sea cual sea su exigencia y nivel de conocimiento, elegir itinerarios preconcebidos o bien confeccionar los suyos propios de acuerdo a su interés específico o el número de días que dure su estancia. También podrá ser una herramienta inmejorable de ayuda a educadores, club de lectores o centro culturales de toda índole.

La web aspira a convertirse en una referencia imprescindible para conocer la vida y la obra de Lorca y sus contenidos, así como el proyecto Universo Lorca en general, está refrendado por un Comité Asesor de Expertos lorquianos con literatos e historiadores.

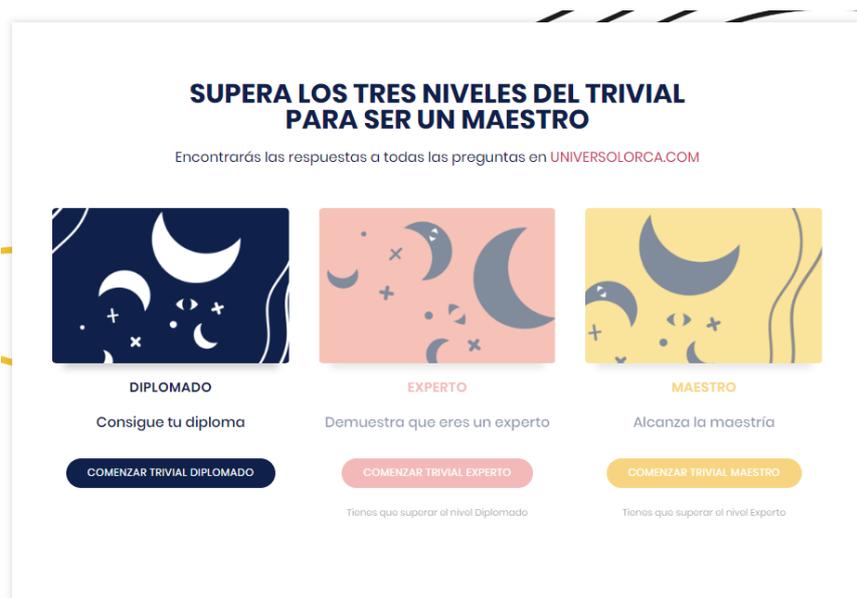
PROMOCIÓN

Uno de los principales objetivos de Universo Lorca es facilitar a los viajeros y a los profesionales las herramientas necesarias para construir su propia experiencia turística. Por ello, una vez en marcha, está previsto desarrollar una Estrategia de Promoción, mejorando y optimizando los contenidos de la web en colaboración con agencias de viaje y turoperadores que lo comercializan.

Este producto turístico en torno a Lorca será promocionado en España y en los principales mercados que demandan turismo cultural en Granada: Mercado nacional de proximidad, y mercados extranjeros en función de la recuperación de la actividad turística, Francia, Reino Unido, Alemania y posteriormente en mercados de largo radio, Estados Unidos, Japón.

Para el adecuado desarrollo de esta labor se ha considerado importante mejorar la calidad y cantidad de los contenidos de la web de Universo Lorca, para lo que se pretende contratar una ampliación de textos con la siguiente información y una campaña de posicionamiento:

- 1) Fichas onomásticas: Sección 'Quién fue quién'.
- 2) Ampliación contenidos.
- 3) Creación de un juego tipo 'quiz' para comprobar los conocimientos sobre lorca de los usuarios.
- 3) Campañas de posicionamiento seo y sem.



Código Seguro De Verificación	gkl180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página	

Acciones en mercados de proximidad

Uno de los objetivos estratégicos fundamentales del Plan de Acción horizonte 2020-2021 del Patronato Provincial de Turismo de Granada es incidir en la promoción dirigida al mercado nacional de proximidad, atendiendo a los datos disponibles en el observatorio turístico, en función de características sociodemográficas, mercados de origen, segmentación turística, por productos turísticos concretos, y en targets de edad interesantes para Granada (rural, nieve, cultural, sol y playa), y otras enfocadas a targets concretos (joven, residencial), etc.

Se realizarán acciones promocionales en tres líneas en función de cómo evolucione la situación derivada de la crisis sanitaria provocada por el COVID-19:

- Acciones enfocadas al consumidor final.
- Campañas de comunicación utilizando diversos soportes, tanto offline como online.
- Acciones enfocadas a profesionales del sector para la realización de una presentación del destino y un workshop.

Esta acción se desarrollará en colaboración con la Diputación de Jaén

Acciones de promoción en red de ciudades AVE

El Patronato Provincial de Turismo de Granada en su Plan de Acción 2020 quiere incidir en la promoción dirigida al mercado nacional, resaltando la importancia de los mercados de larga distancia con los que se disponga conectividad a través de ferrocarril, atendiendo a los datos disponibles en el observatorio turístico, y en función de características sociodemográficas, mercados de origen, segmentación turística, por productos turísticos concretos, y en targets de edad interesantes para Granada (rural, nieve, cultural, sol y playa), y otras enfocadas a targets concretos (joven, residencial), etc.

Se realizarán acciones promocionales en las ciudades que estimemos más adecuadas de la red AVE, en función de cómo evolucione la situación derivada de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19:

- Acciones enfocadas al consumidor final.
- Campañas de comunicación utilizando diversos soportes, tanto offline como online.
- Acciones enfocadas a profesionales del sector para la realización de una presentación del destino y un workshop.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	32/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



VI Feria Universitaria del Turismo

Con esta acción se pretende dar a conocer la oferta turística de la provincia de Granada a un segmento tan importante para este destino como es el de los estudiantes universitarios. Para ello, el Patronato, en colaboración con la Universidad de Granada, tiene previsto realizar varias acciones, siempre en función de la evolución de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19.

El objetivo general perseguido por esta iniciativa es aprovechar el gran volumen de estudiantes foráneos que estudian en la UGR para convertirlos, en su tiempo libre, en turistas y en prescriptores de nuestra provincia entre sus amigos y familiares. De los casi 60.000 matriculados este año en las distintas facultades, unos 3.000 proceden del extranjero (Erasmus incluidos) y 8.000 son de fuera de Andalucía. A ellos hay que sumar varios miles de las otras provincias de la Comunidad.

Actividades que engloba el Open Campus Universidad de Granada:

1. **Jornadas de Recepción de Estudiantes.** Se trata de un evento organizado por la UGR que persigue dar a conocer a sus estudiantes, especialmente a los de nuevo ingreso, los recursos, actividades y servicios que se ponen a su disposición y mejorar su adaptación e integración en el entorno universitario y la provincia de Granada. El Patronato Provincial de Turismo participa mediante la instalación de un stand en el recinto habilitado en los paseillos Universitarios. Los estudiantes asistentes podrán disfrutar de actuaciones, degustaciones gastronómicas, regalos, viajes gratis y, por supuesto, información turística de la provincia.
2. **Jornadas de conocimiento de la provincia de Granada.** El Patronato organiza, además, una serie de viajes de un día para que los estudiantes de la Universidad de Granada puedan conocer los atractivos turísticos de la provincia. Se trata de viajes divulgativos a la vez que divertidos y atractivos para los estudiantes. Dichos viajes son gratuitos e incluyen transporte, visitas, actividades y manutenciones. El número de plazas está limitado para cada viaje y la inscripción sólo puede realizarse durante los días de las Jornadas de Recepción de Estudiantes en el expositor instalado por el Patronato Provincial de Turismo de Granada.
3. **Jornadas de recepción de estudiantes del Centro de Lenguas Modernas de la Universidad de Granada.** La recepción, acogida y bienvenida a los estudiantes internacionales que eligen la Universidad de Granada como destino para sus estudios, es una de las actividades contempladas en la estrategia de internacionalización de la UGR. Existen acuerdos de movilidad firmados con instituciones europeas y también intercambios importantes con universidades de EEUU, Canadá, Latinoamérica, Europa Central y del Este, Países Árabes y del Mediterráneo, Australia, Oceanía y Asia. En el CLM (Centro de Lenguas Modernas) conviven día a día alumnos internacionales con estudiantes españoles que aprenden o perfeccionan alguna de las lenguas extranjeras que se ofertan, en total unos 8000 alumnos cada año. Septiembre y febrero son los meses de inicio de curso para estos estudiantes. Para facilitarles que empiecen a conocer Granada, el Patronato de Turismo participa con un stand en las Jornadas de Recepción a estos estudiantes cada cuatrimestre mostrando los recursos, actividades, gastronomía... en definitiva las mil y una posibilidades turísticas que ofrece nuestra provincia.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Url De Verificación	Página		33/41	
		https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		

C.1.4. ACCIONES PROPIAS DEL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE GRANADA

Programa de promoción destinado a los municipios de la provincia de Granada y a entidades y asociaciones sin ánimo de lucro



El Patronato Provincial de Turismo de Granada pondrá sus instalaciones en el edificio de Niñas Nobles a disposición de los municipios de la provincia para que puedan divulgar y promocionar sus productos y atractivos turísticos. También se beneficiarán de este programa entidades y asociaciones que no tengan ánimo de lucro.

La sede del Patronato cuenta con dos salas para presentaciones y ruedas de prensa (Sala Multiusos y Sala Francisco Ayala), con unos aforos de 30 y 95 personas respectivamente. Están dotadas con medios audiovisuales. Asimismo, dispone en la primera planta

de un gran espacio para exposiciones y actos. El patio del edificio también puede acoger pequeños eventos.

Las peticiones se articularán a través del Reglamento de Uso de las Salas de Exposiciones y Sala Francisco Ayala del Edificio de Niñas Nobles. Recibidas las solicitudes se establecerá un calendario anual.

Convenio de colaboración de acciones formativas conjuntas entre la Universidad de Granada (Centro Mediterráneo) y el Patronato Provincial de Turismo de Granada (Escuela Internacional de Turismo Rural - Enturna)

El objeto del convenio es el desarrollo de relaciones académicas y científicas entre la Escuela Internacional de Turismo Rural y el Centro Mediterráneo de la Universidad de Granada, mediante la realización de cursos o acciones formativas conjuntas.

El Centro Mediterráneo solicitará el reconocimiento de créditos ECTS de los cursos en los correspondientes Grados de la Universidad de Granada.

Estas acciones formativas se podrán realizar tanto en la ciudad de Granada como en cualquier otro municipio de la provincia de Granada. Los cursos serán diseñados conjuntamente, colaborando en el diseño de sus contenidos, metodología, programación, así como en la designación de profesorado.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	34/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



C.2. Acciones en sinergia con Turismo Andaluz / Turespaña

Fahrrad- & Wanderreisen	11-13 ene	Stuttgart	Cicloturismo
Velofollies	17-19 ene	Cortique	Cicloturismo
Fitur	20-24 ene	Madrid	Multisegmento
ITB	9-11 feb	Milán	Multisegmento
Navartur	21-23 feb	Pamplona	Naturaleza
Fiets en Wandelbeurs	14-17 feb	Gante	Rural
Fiets en Wandelbeurs	27-3 feb	Utrech	Rural

C.3. Acciones propias del Patronato

ACUERDOS CON TUOPERADORES, AGENCIAS DE VIAJE Y AEROLÍNEAS

Acuerdos de comercialización y promoción con agencias de viaje y turoperadores nacionales e internacionales

Acuerdos de comercialización y promoción con portales turísticos y centrales de reservas online, nacionales e internacionales

Creación y promoción de clubes de productos turísticos: submarinismo, buceo, turismo familiar, así como otros que mejoren y enriquezcan la oferta turística de la provincia de Granada

Acuerdos de promoción con compañías aéreas para el establecimiento de nuevas rutas internacionales en el Aeropuerto FGL

VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

Famtrips: Viajes de familiarización de agentes de viaje y turoperadores nacionales e internacionales

Presstrips: Viajes de familiarización de medios de comunicación y periodistas nacionales e internacionales

Blogtrips: Viajes de familiarización de bloggers nacionales e internacionales

Viajes de familiarización para informadores de los recursos y productos turísticos de la provincia de Granada

Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página 35/41



COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Campañas de publicidad e inserciones publicitarias en medios de comunicación locales, regionales, nacionales e internacionales

Campañas de publicidad e inserciones publicitarias en revistas Inflight de compañías aéreas con conexiones con Granada

Apoyo promocional de vídeos, series y largometrajes rodados en la provincia de Granada

Elaboración de merchandising promocional de la provincia de Granada

Edición de material informativo y promocional de la provincia de Granada (planos, mapas, folletos, guías, pósteres...)

Concesión y entrega de los Premios Turismo de Granada

Ampliación del archivo fotográfico del Patronato con la adquisición de nuevas imágenes

Ampliación del archivo de vídeo del Patronato con la adquisición y realización de nuevos vídeos promocionales

Inserción publicidad y marca Granada en globo aerostático

Acciones de promoción y divulgación de la gastronomía granadina y de los productos de calidad diferenciada

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MARKETING SOCIAL

Adquisición y geolocalización de imágenes en 360º

www.tugranada.es: alojamiento, mejora de contenidos y estructura, optimización de programación, creación de nuevas secciones, traducción de contenidos

www.universolorca.com: alojamiento, mejora de contenidos y estructura, optimización de programación, creación de nuevas secciones, traducción de contenidos

www.escuelaturismorural.com: alojamiento, mejora de contenidos y estructura, optimización de programación, creación de nuevas secciones, traducción de contenidos

SEO y SEM para la mejora del posicionamiento de la Web www.turgranada.es

SEO y SEM para la mejora del posicionamiento de la Web www.universolorca.com

Creación de una estrategia de Inbound Marketing: creación de bases de datos, segmentación, blog y newsletter

Creación de una estrategia de gestión de contenidos y posicionamiento en Redes Sociales

Renovación de la Oficina de Información del Aeropuerto Federico García Lorca y asistente virtual



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página 36/41



PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO

Planificación, desarrollo y promoción del proyecto 'Universo Lorca'

Planificación, desarrollo y promoción del Geoparque de Granada

Desarrollo de instrumentos de Inteligencia Turística (Observatorio Turístico de la Provincia de Granada, análisis de big data, y otros estudios e informes relacionados.)

Planes y programas de cooperación con municipios de la provincia de Granada:

- **PROGRAMA 331: Apoyo a la información turística local**
- **PROGRAMA 333: Asesoramiento técnico para el desarrollo turístico de los municipios**
- **PROGRAMA 336: Realización de diagnósticos estratégico-turísticos para la declaración de municipio turístico**
- **PROGRAMA 338: Planes especiales de promoción turística**
- **PROGRAMA 339: Cesión de imágenes del archivo fotográfico del Patronato**

Programa de colaboración y dinamización de asociaciones turísticas

Programa de promoción destinado a los municipios de la provincia de Granada a entidades y asociaciones sin ánimo de lucro

Impulso y dinamización de segmentos especiales (cicloturismo, vuelo libre, rutas culturales...)

OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES

Otras acciones promocionales aún no determinadas, que por importancia de planificación y promoción será necesario ejecutar a lo largo del ejercicio 2020



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	37/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



C.4. Programación de Enturna

	Plazas Ofertadas	Horas	Duración
1.- ACTIVIDADES FORMATIVAS			
1.1.- FORMACIÓN CON RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS ECTS (CONVENIO CEMED)			
Gastronomía, enología y cata de productos de calidad de Granada	30	40	1 jornadas
Universo Lorca: la Vega	30	20	2 jornadas
Curso de alta montaña: las ciencias naturales in situ	30	30	2 jornadas
Supervivencia y bushcraft en zonas áridas - Gorafe	30	30	2 jornadas
2.- ACTIVIDADES DIVULGATIVAS			
2.1.- TALLERES Y SEMINARIOS PREVISTOS INICIALMENTE			
Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones	75	4	1 jornada
Gestión de CRM y encuestación digital - métodos de encuestación, el cuestionario de satisfacción, recogida y tabulación de datos, elaboración de informes, satisfacción de clientes	75	4	1 jornada
Claves de atención al cliente (presencial y no presencial)	75	4	1 jornada
Marketing y estrategia en la era digital	75	4	1 jornada
Gestión turística de redes sociales: Instagram	75	5	1 jornada
Mis primeros pasos de la promoción de mi negocio en internet	75	4	1 jornada
Creación de producto turístico y benchmarking	75	4	1 jornada
El negocio responsable: responsabilidad ambiental y social	75	4	1 jornada
Ser informador del Geoparque	50	30	5 jornadas
El guía de ecoturismo: interpretación de la geología, formación del Geoparque y principales lugares de interés geológico	50	30	5 jornadas
El guía de ecoturismo: astroturismo	25	30	4 Jornadas
Atención y acompañamiento a personas con discapacidad en centros de visitantes	50	5	1 jornada
El informador turístico en el mundo digital (reputación, Instagram, Facebook, Twitter, Google, at cliente digital, encuestación ...)	25	8	1 jornada
El destino de cicloturismo de éxito	25	6	1 jornada
Cómo ser un guía de cicloturismo de éxito	25	6	1 jornada
2.2.- TALLERES Y SEMINARIOS PROGRAMADOS CON MOTIVO DE LA CRISIS DEL CORONAVIRUS			
"Rechallenge" en turismo basado en repensar, reinventar y rediseñar un nuevo modelo de experiencias con técnicas de pensamiento lateral.	100	2	1 jornada
Transformación digital ante la post crisis Covid-19	100	2	1 jornada
'Mindfulness' ejecutivo e inteligencia emocional en la era post-Covid19	100	2	1 jornada
Diseño de mapas de experiencia de clientes	100	2	1 jornada
Comunicar en tiempos de crisis	100	2	1 jornada

Código Seguro De Verificación	gkl80mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	38/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



Cómo gestionar la crisis del Covid-19 desde tu empresa	100	2	1 jornada
Las cinco fases por las que pasará la crisis del Covid-19 y cómo prepararte para ganarla	100	2	1 jornada
Marketing digital para restaurantes	100	2	1 jornada
Storytelling para la gestión de crisis. Aprender a crear relatos que emocionan	100	2	1 jornada
Puesta en valor del producto local en la gastronomía y restauración	100	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Guadix	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Albuñol	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Almuñécar	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Dúrcal	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Loja	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Alhama de Granada	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Baza	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Iznalloz	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Órgiva	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Huéscar	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Salobreña	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Santa Fe	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Ugíjar	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Alfacar	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Cenes de la Vega	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Monachil	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Motril	30	2	1 jornada
Medidas preventivas para el control Covid-19 en hostelería/restauración - Motril	30	2	1 jornada
2.3.- VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN TURÍSTICA			
Conoce tu comarca: Alpujarra	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Valle de Lecrín	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Sierra Nevada	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Costa Tropical	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Poniente	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Geoparque occidental	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Geoparque oriental	55	8	1 jornada
Conoce tu comarca: Granada	55	8	1 jornada



Código Seguro De Verificación	gkl80mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45
Observaciones		Página	39/41
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		



Plan anual normativo

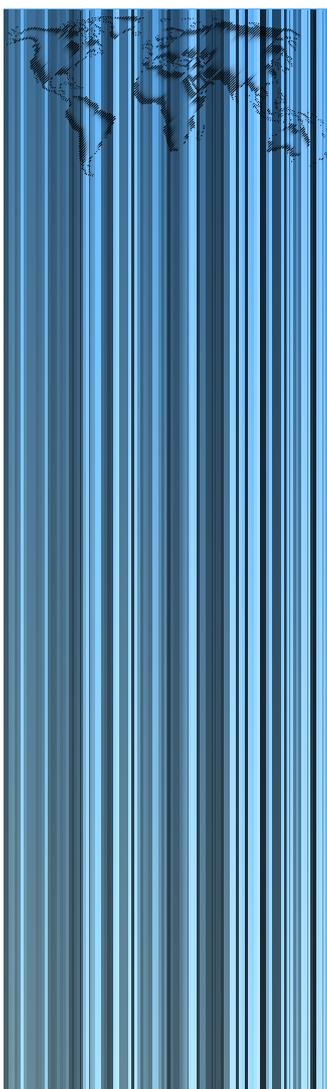
En relación con el Título VI de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, que regula la iniciativa legislativa y de la potestad para dictar reglamentos y otras disposiciones, el Patronato provincial de Turismo de Grana, organismo autónomo de la Diputación de Granada, en cumplimiento del artículo 132 establece su Plan Anual Normativo formado por la modificación del Reglamento de Uso de las Salas de Exposiciones y Sala Francisco Ayala del Edificio de Niñas Nobles y la modificación de los Estatutos de este organismo.

Respecto del Reglamento de Uso, tras el tiempo que ha estado en vigor y visa la gestión de las salas, se modificará en aspectos puntuales para una mejor adecuación al funcionamiento de las salas y a la normativa vigente.

Respecto a los Estatutos del Patronato, es necesaria su modificación para adecuarlo a la realidad política de la Diputación.



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez	Firmado	15/07/2020 13:40:49	
	Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:31:45	
Observaciones		Página	40/41	
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/			



Código Seguro De Verificación	gk180mwSPeoKigeuN5qaEg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Enrique Medina Ramirez Francisco Manuel Maldonado Reyes	Firmado	15/07/2020 13:40:49
Observaciones		Firmado	15/07/2020 13:31:45
Url De Verificación	https://moad.dipgra.es/moad/verifirma-moad/		Página 41/41

