

MEMORIA ANUAL

PATRONATO PROVINCIAL
DE TURISMO DE GRANADA

2024





Memoria 2024



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| A. BALANCE ANUAL | 2 |
| A1. Balance del año turístico | 3 |
| A2. Objetivos y estrategias | 8 |
| A3. Resumen de la actividad promocional | 10 |
| | |
| B. DEPARTAMENTO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN | 11 |
| B1. Área de Promoción | 12 |
| B2. Área de Receptivo | 15 |
| B3. Área de Comunicación | 17 |
| | |
| C. DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO | 22 |
| C1. Escuela Internacional de Turismo Rural y Naturaleza | 23 |
| C2. Participación | 24 |
| C3. I+D+I de nuevos productos turísticos | 24 |
| C4. Elaboración de estudios e informes | 25 |
| C5. Gestión de recursos | 26 |
| C6. Gestión del Convenio Marco para la Concertación Local | 26 |
| | |
| D. DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN | 30 |
| D1. Bienvenida y asesoramiento | 31 |
| D2. Funciones de la Oficina de Información | 31 |
| D3. Punto de información del Aeropuerto FGL | 36 |
| D4. Procedencia de visitantes | 36 |
| D5. La Oficina de Información en cifras | 37 |
| | |
| E. DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CONTRATACIÓN | 39 |
| | |
| CUMPLIMIENTO DE FINES | 41 |



A. BALANCE ANUAL

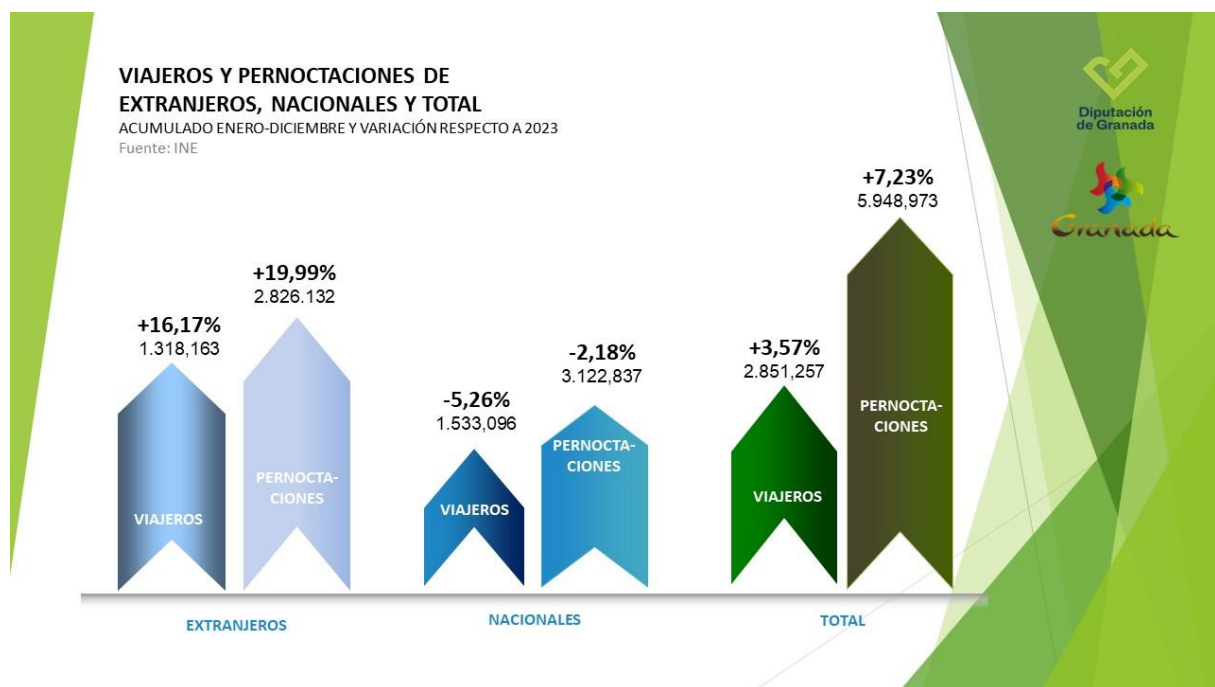


A1. Balance del año turístico

El número global de turistas alojados en hoteles de la provincia durante 2024 ha sido de 2.851.257, lo que supone un incremento del 3,57% respecto al año pasado. Las pernoctaciones también han subido con fuerza, un 7,23%, alcanzando 5.948.973.

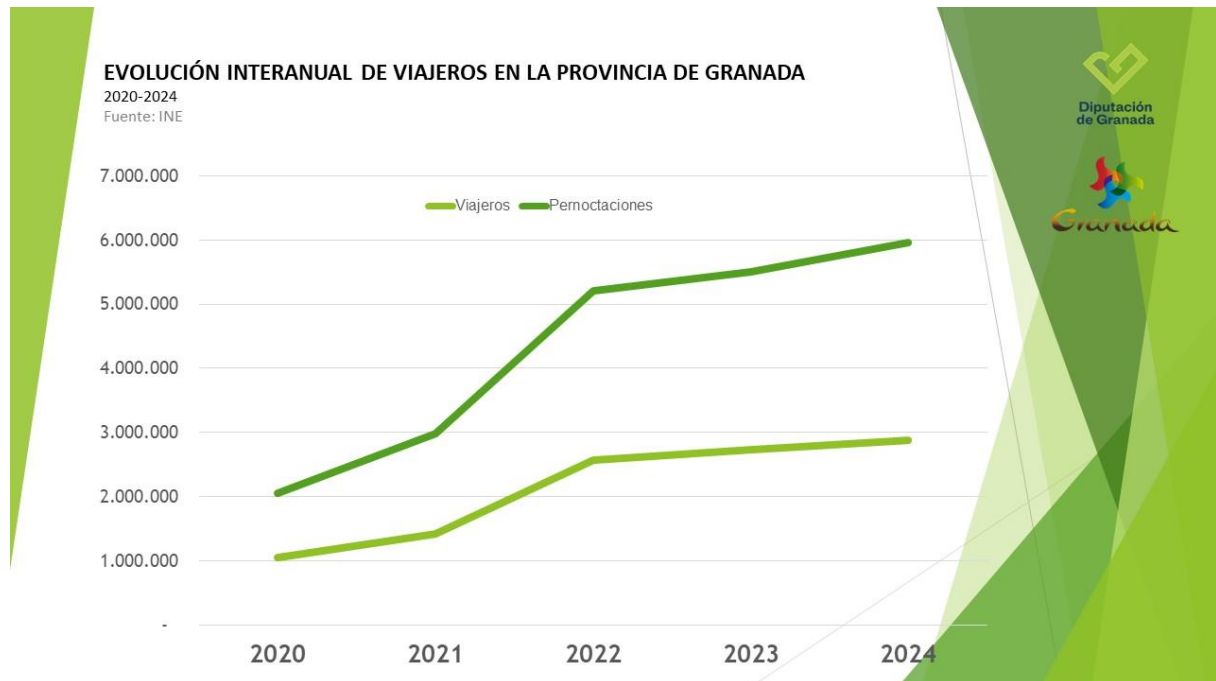
Con estas cifras, el balance turístico de 2024 en Granada puede ser calificado de excelente, debido sobre todo al excepcional comportamiento de la demanda extranjera. El volumen de viajeros foráneos se ha elevado hasta 1.318.163 en la provincia, aumentando un espectacular 16,17% y generando 2.826.132 pernoctaciones en establecimientos hoteleros, medio millón más que en 2023, con un ascenso del 19,99%.

Estos buenos datos se han visto mínimamente empañados por los del turismo nacional. Los viajeros españoles han disminuido un -5,26% (1.533.096) y sus pernoctaciones se han contraído un -2,18% (3.122.837). No obstante, los datos de turismo interno siguen estando muy próximos a los de los años previos a la pandemia y los de extranjeros han consolidado una recuperación sostenida.



De hecho, la gráfica de evolución de viajeros y pernoctaciones en hoteles desde 2020 muestra una clara tendencia ascendente, con fuertes subidas en ambas variables, aunque lejos aún de los registros de récord experimentados en 2019, cuando superaron respectivamente los 3 y 6 millones. Aunque estas magnitudes sí se mejoran si se tienen en cuenta el resto de alojamientos, tanto Reglados (camping, apartamentos y casas rurales) como No Reglados (viviendas con fines turísticos) existentes en la provincia, ya que el número total de personas que

visitaron Granada en 2024 asciende hasta 6.771.939, un 4,40% más que en el ejercicio precedente.



Respecto al origen de los turistas que visitan la provincia de Granada, el 54,80% son españoles y el 45,20% extranjeros. Dentro de España, nuestros mejores clientes son, en este orden, los propios andaluces, seguidos de los madrileños, valencianos, catalanes y murcianos. En el extranjero, nuestros principales mercados son, por volumen de viajeros, Francia, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Italia y Estados Unidos.



PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS REGLADOS
2024

ESPAÑÓLES
54,80%



EXTRANJEROS
45,20%



Otra variable muy destacable del balance de 2024 es el Gasto Medio Diario de los turistas que han visitado la provincia, que ha sido de 92€, lo que supone 7,10€ más que el año pasado. Esta cantidad comprende la inversión que realiza el viajero en el destino en alojamiento, mantenimientos, ocio, servicios turísticos y otros conceptos complementarios. En el dato proporcionado por la Junta de Andalucía, Granada sale muy bien parada, casi 7,30€ por encima de la media, y siendo la segunda provincia de la comunidad autónoma con el gasto más elevado por persona y jornada, solo superada por Cádiz con 96,1€.

GASTO MEDIO DE LOS TURISTAS EN LA PROVINCIA DE GRANADA
2024

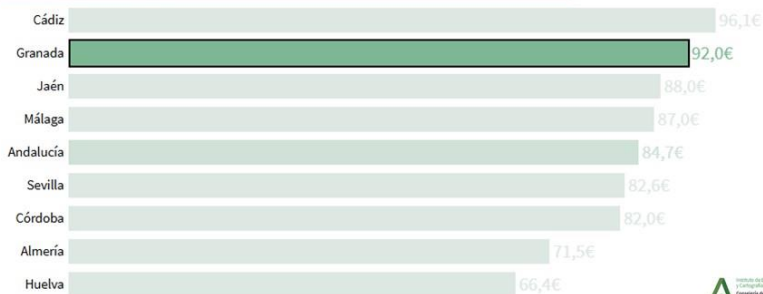


GMD
Viajeros

92,00 €

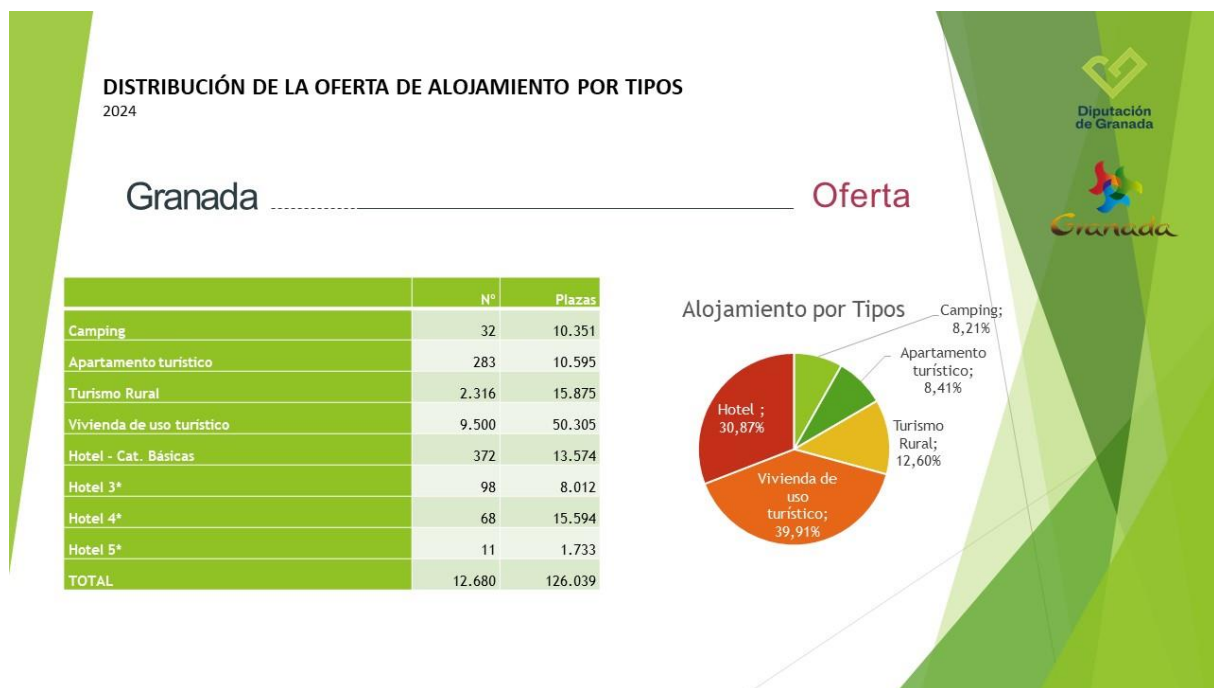
Gasto medio diario (euros) de los turistas por provincia
tercer trimestre de 2024

Período:
2024 T3



La estimación de la aportación que el sector turístico realiza al Producto Interior Bruto de la Provincia de Granada se sitúa en el 14%, con una cifra anual aproximada de 2.646 millones de euros. Es, por tanto, uno de los principales motores de creación de riqueza en la provincia y también uno de los mayores generadores de empleo. La distribución porcentual por ramas de actividad revela que el mayor número de puestos de trabajo es generado por restaurantes y bares, con un 63,10%, seguido de los hoteles y otros tipos de alojamiento (14,30%), actividades turísticas de agencias de viaje y empresas de servicios y guías (14,50%), y el transporte de turistas (8,10%).

En 2024 resulta también muy destacable la positiva evolución, tanto en cantidad como calidad, experimentada tras la pandemia por la planta de alojamiento de Granada. La oferta de camas es actualmente de 126.039, repartidas en un total de 12.680 establecimientos. Ambas variables han aumentado notablemente respecto a 2023: un 17,5% y un 25,5% respectivamente.



De ellas, 50.305, el 39,91% pertenecen a viviendas de uso turístico; 38.913, el 30,87%, a hoteles; 15.875, el 12,60%, a establecimientos de turismo rural; 10.595, el 8,41%, a apartamentos turísticos; y 10.531, el 8,21%, a campings.

Geográficamente, la mayor parte de la oferta de alojamiento de la provincia se concentra en la comarca de Granada y su entorno (el 39,83%), seguida de la Costa Tropical (26,34%), Sierra Nevada (12,75%), la Alpujarra y el Valle de Lecrín (10,44%), el Geoparque (7,04%) y el Poniente (3,59%).

DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA POR ZONAS 2024





A2. Objetivos y estrategias

La estrategia para 2024 se ha basado un modelo de crecimiento turístico con los siguientes principios:

1. Desarrollar las acciones de promoción y marketing necesarias para consolidar la provincia de Granada como destino hegemónico para el turismo procedente de España.
2. Potenciar los tradicionales mercados internacionales emisores de turistas hacia la provincia de Granada, mediante la asistencia a las más importantes ferias nacionales e internacionales y la participación en jornadas de promoción propias y de otras instituciones. El Plan de Acción contempla una promoción del destino en capitales europeas (Roma, París, Londres y Berlín) para aprovechar el extraordinario escaparate que ha supuesto para Granada acoger la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea.
3. Aumentar las actuaciones en mercados internacionales, especialmente en aquellos que han experimentado, tanto en España como en la provincia de Granada, un descenso del número de turistas debido a la pandemia de coronavirus: Estados Unidos, Japón y Corea del Sur.
4. Captar nuevos mercados emisores de turistas hacia España, prestando especial atención a los países emergentes como China, Países Escandinavos y estados de Europa del Este.
5. Crear nuevos productos turísticos para diversificar la oferta: Ruta de las Almazaras de Aceite de Oliva, Producto basado en la figura de Cristóbal Colón, Enoturismo, Cicloturismo...
6. Realizar un diagnóstico fiel de la oferta y la demanda mediante un Plan de Marketing que permita diseñar el modelo de desarrollo turístico de la provincia de Granada de cara al futuro.
7. Convertir Granada en un destino turístico inteligente desarrollando el programa TurInGranada y todos sus componentes tecnológicos: Plataforma inteligente de gestión de destino, Centro de recepción de visitantes y Señalética inteligente.
8. Extender el uso de ‘famtrips’, ‘presstrips’ y ‘blogtrips’ como rentables herramientas de marketing turístico para la comercialización y promoción de Granada.
9. Incrementar la promoción de la provincia de Granada a través de los medios de comunicación offline y online, y otros sistemas de difusión informativa y publicitaria.

10. Formar, asesorar y tutelar a pequeños empresarios y emprendedores de la provincia a través de la Escuela Internacional de Turismo Rural Enturna, para contribuir a la creación de nuevas empresas y servicios turísticos basados en la calidad.
11. Fomentar la colaboración con los ayuntamientos, entidades locales y asociaciones empresariales, haciéndolos partícipes de la definición de las estrategias promocionales del Patronato.
12. Fomentar la colaboración con otros patronatos provinciales de turismo de Andalucía y con Turismo Andaluz, con los que nos unen objetivos comunes, a fin de establecer sinergias que enriquezcan y faciliten la labor de promoción.



A3. Resumen de la actividad promocional

| | |
|---|--------|
| Promoción en ferias y jornadas profesionales | 14 |
| Acciones propias | 14 |
| Acciones inversas (famtrips, presstrips y blogtrips) | 47 |
| Participación en congresos | 7 |
| Estudios y trabajos técnicos | 30 |
| Ruedas de prensa, notas de prensa y newsletters | 93 |
| Informes de comunicación interna | 46 |
| Campañas de publicidad | 20 |
| Publicaciones y edición de material promocional | 6 |
| Actividades formativas (Enturna) | 24 |
| Proyectos de Concertación e Incentivos a entidades locales | 101 |
| Consultas atendidas en la oficinas de información turística | 97.240 |





B. DEPARTAMENTO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN





B1. Área de promoción

PARTICIPACIÓN EN FERIAS

NACIONALES

FITUR. Madrid del 24 al 28 de enero.

Pasarela Flamenca de Granada. Granada del 23 al 25 de febrero.

Feria B-Travel. Barcelona, del 15 al 17 de marzo.

Salón Internacional de Cine, Cómic, Cultura y Juvenil. Granada, días 6 y 7 de abril.

XXIV Exhibición de Enganches de Tradición. Granada, 26 de mayo.

Feria Universitaria de Granada. Granada, 25 y 26 de septiembre.

Feria de los Pueblos. Granada, del 4 al 6 de octubre.

Feria Tierra Adentro. Jaén, del 4 al 6 de octubre.

Feria INTUR. Valladolid, del 15 al 17 de noviembre.

INTERNACIONALES

ITB. Berlín, del 5 al 7 de marzo.

Routes Europe. Dinamarca. Aarhus, del 22 al 24 de abril.

Feria ATM. Abu- Dhabi. Del 30 de abril al 3 de mayo.

Feria Jata. Tokio, del 24 al 27 de septiembre.

Feria World Travel Market. Londres, del 4 al 6 de noviembre.



ACCIONES PROPIAS

NACIONALES

Presentación de Granada como destino MICE. Madrid, 24 de enero.

Presentación de Granada en Oviedo. Día 18 de abril.

Promoción Destino Granada en la Exposición de Pilar Dalbat. Granada, 9 de mayo.

Presentación de Granada en Bilbao. Día 16 de mayo.

Presentación de Granada en Barcelona. Día 6 de junio.

Presentación de Granada en Mallorca. Día 10 de octubre.

Presentación de Granada en Gran Canarias y Tenerife. Días 20 y 21 de noviembre.

Premios Turismo de Granada 2024. 3 de octubre. Aeropuerto FGL.

Granada Music Hub. 24 de enero. Madrid.

INTERNACIONALES

Presentación de Granada en Londres. 9 de abril.

Presentación de Granada en París. 11 de abril.

Presentación de Almuñécar en Londres. 25 de junio.

Presentación vuelo Granada- Amsterdam con Transavia. 30 de septiembre.

Presentación de Granada en Pekín. 22 de octubre.



JORNADAS PROMOCIONALES Y WORKSHOPS

Jornadas de Andalucía en Barcelona. Día 14 de marzo.

Jornadas de Andalucía en Galicia. Del 17 al 19 de septiembre.

Jornadas Andalucía en Andalucía I y II. Del 21 al 24 de octubre y del 28 al 31 de octubre.

Jornadas de Andalucía en Madrid. Días 11 y 12 de noviembre.

Jornadas de Andalucía en Valladolid. Día 14 de noviembre.

Jornada de Diputación/Alfanevada, "Claves para el desarrollo rural en el arco noreste de la vega de Granada". Alfacar, día 7 de mayo.



Jornada de accesibilidad Geoparque de Granada. Guadix, día 9 de mayo.

Presentación y workshop de turismo interior con motivo del 4º Internacional Nature & Inland Meeting. Alcudia de Guadix, día 3 de octubre.

CONGRESOS Y REUNIONES

Jornadas de Conectividad Turespaña. Gran Canaria, 4 de abril.

Jornadas de Comercialización de la oferta turística para mercados de Europa (Turespaña). Toledo, del 21 al 23 de mayo.

Jornada Congreso Calidad y Sostenibilidad Turística. Jerez de la Frontera, del 12 al 16 de junio.

Convención Turespaña. Tenerife, del 1 al 3 de octubre.

Global MICE Forum Corporate Edition. Hotel Abades Nevada Palace, días 15 al 17 de febrero.

CAPA Airline Leader Summit. Hotel Barceló G. Congress, días 6 al 8 de marzo.

Grupo Geomoon. 300 agencias del grupo, días 1 a 3 de marzo.

MATERIAL PROMOCIONAL

Roll up con el nuevo logo de Diputación.

AOVE Sabor Granada.

Incorporación del nuevo logo de Diputación al vídeo promocional.



B2. Área de receptivo

FAMTRIPS

| |
|--|
| Festival Aerostación. Glovento Sur, 10 pax, días 26 a 28 de enero. |
| Turoperador Hoasmark. Cadena Hospes, 2 pax, días 29 y 30 de enero. |
| Global MICE Forum. Granada Convention Bureau, 170 pax, días 15 a 17 de febrero. |
| Turoperador canadiense YYZ (Grupo Virtuoso). Turismo Andaluz y OET Toronto, 11 pax, 17 a 19 de febrero. |
| Convención Grupo Geomoon. Turismo Andaluz, 300 pax, días 1 a 3 de marzo. |
| Le Crec Voyages. OET París, 230 pax, días 26 a 29 de septiembre. |
| CAPA Airline Leader Summit. Turismo Andaluz, 200 pax, días 6 al 8 de marzo. |
| Mice Hoteles Meliá. Granada Convention Bureau y Hoteles Meliá, 15 pax, días 19 a 21 de abril. |
| Turismo idiomático MEET. Asociación de Español en Andalucía, 12 pax, días 23 y 24 de abril. |
| Visita OMT. OMT, 4 pax, días 19 a 25 de mayo. |
| Visita de Inspección Viajes El Corte Inglés Oviedo. AAVV El Corte Inglés Oviedo y Santander, 2 pax, día 11 de junio. |
| FT Lujo- Hoteles Meliá. OET Miami y Turismo Andaluz, 10 pax, días 20 y 21 de junio. |
| FT Ávoris. Ávoris Corporación Empresarial, 16 pax, día 18 de julio. |
| FT Tierra Adentro Choose Nature. Turismo Andaluz, 38 pax, días 1 a 3 de octubre. |
| Conferencia Mundial Scouts. Asociación Scouts Granada, 400 pax, días 17 a 22 de septiembre. |
| FT Operadores Turísticos Mast Travel Network. OET Chicago, 12 pax, días 7 a 9 de noviembre. |
| Latam Jornadas Turespaña. Turismo Andaluz y Turespaña, 15 pax, días 24 a 26 de octubre. |
| FT Transavia. Transavia, 18 pax, días 30 de septiembre a 2 de octubre. |
| FT Avasa. Grupo Avasa, 4 pax, días 23 a 25 de noviembre. |
| FT UNESCO. UNESCO, 21 pax, días 18 a 20 de noviembre. |
| FT OET Mumbai. Turismo Andaluz y OET Mumbai, 39 pax, días 19 a 21 de noviembre. |
| FT Recursos Gastronómicos. Almazara Omed Oil, 60 pax, día 25 de noviembre. |
| FT Premios Lorca. Fundación García Lorca, 60 pax, días 22 a 25 de noviembre. |





PRESSTRIPS

| |
|--|
| Presstrip Revista The Good Life. OET París, 1 pax, días 24 a 26 de enero. |
| Presstrip Periodistas Checos. OET Viena, 2 pax, día 7 de febrero. |
| Presstrip turismo familiar. OET Frankfurt, 1 pax , días 20-21 de enero. |
| Presstrip Katholische Nachrichten. Petición directa, 1 pax, días 26-27 de marzo. |
| Presstrip TV Turquía. Armitur y Turismo Andaluz, 5 pax, días 18 a 20 de febrero. |
| Presstrip Sun & Snow Weekend. Cetursa y Festival Sun & Snow Weekend, 10 pax, días 5 a 7 de abril. |
| Presstrip ZDF Ella Endlich. OET Berlín, 4 pax, días 15 al 18 de abril. |
| Presstrip Executive Class ABS-CBN News Channel (Filipinas). OET Singapur, 3 pax, días 23 a 30 de abril. |
| Presstrip Le Parisien Week-end. OET París, 1 pax, días 14 a 17 de abril. |
| Presstrip The Female Explorer. OET Berlín, 2 pax, días 19 de abril a 2 de mayo. |
| Presstrip Condenast Traveller India. OET Mumbai, 6 pax, días 2 al 10 de Junio |
| Presstrip Visma. OET La Haya,7 pax, días 13 a 17 de mayo. |
| Presstrip National Geographic Traveller. OET Londres, 1 pax, días 15 a 19 de julio. |
| Mi Ruta (Ecoruta). Turismo Andaluz, 1 pax, días 20 a 24 de mayo. |
| Presstrip Guía Le Routard. Guía Le Routard, 2 pax, día 27 de mayo. |
| Presstrip KHL. Revista KHL Lifestyle, 1 pax, días 13 a 16 de junio. |
| Presstrip TNT Magazine. OET Londres, 4 pax, días 30 de junio a 10 de julio. |
| Presstrip Festival de Música y Danza-Lorca. OET Milán, 4 pax, días 12 a 15 de julio. |
| Presstrip Revista The Link Urlaubssarchitektur. OET Berlín, 2 pax, día 8 de agosto. |
| Presstrip El Correo y Crónica Vasca. Medios digitales El Correo y Crónica Vasca, 2 pax, días 16 a 19 de octubre. |
| Presstrip TV TF1. TV TF1, 2 pax, días 13 a 15 de diciembre. |
| Presstrip Revista InfotravelMag. OET París, 1 pax, días 14 al 16 de abril |





BLOGTRIPS

Blogtrip OET Cantón. OET Cantón, 5 pax, días 16 a 18 de mayo.

Blogtrip gastronómico. Asociación Andaluza de Gastronomía y Turismo, 5 pax, días 25 a 27 de octubre.

B3. Área de comunicación

SERVICIOS A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Redacción y envío de notas de prensa a medios de comunicación locales y nacionales de las actividades desarrolladas por el Patronato Provincial de Turismo de Granada. En 2024 se han emitido un total de 31 notas de prensa.
- Organización de ruedas de prensa para los medios de comunicación locales para dar a conocer a la opinión pública granadina las actuaciones más importantes acometidas por el Patronato Provincial de Turismo de Granada.
- A estas ruedas hay que sumar las 47 presentaciones celebradas con motivo de Fitur.
- Suministro de fotografías y vídeos promocionales de Granada a medios de comunicación y mayoristas de viajes.

CAMPAÑAS E INSERCIONES DE PUBLICIDAD

NACIONALES

Fitur. Campaña en 17 medios de comunicación locales y nacionales. Del 17 de enero al 15 de febrero.

Pantallas de los Cines Callao de Madrid – 22 de enero al 5 de febrero

Periódico Hostelsur. Campaña anual.

Programa de horarios e itinerarios de Semana Santa de la Federación de Cofradías de Granada.

Programa de horarios e itinerarios de Semana Santa de la Cofradía Universitaria (Los Estudiantes).

Campaña UTV partidos Covirán Granada en ACB. Del 14 de abril al 12 de mayo.

Revista Flama. Promoción del flamenco en Granada. Abril-mayo.

Campaña en PTV con motivo de la promoción propia en París. Del 11 al 30 de abril.

Campaña en RRSS – Congreso IA Travel Summit. –Del 15 al 17 de mayo.

Ideal. Campaña con motivo presentación gastronomía Almuñécar en Londres. 23 al 30 de junio.

Diarios grupo Vocento. Especial 52 fines de semana. Junio.

Info Costa Tropical. Campaña verano. Agosto.

Granada Digital. Campaña promocional flujos turísticos internos. 1 de julio al 13 de diciembre.

Revistas Forbes y Forbes Women. Julio y agosto.



Campaña de verano en prensa nacional. Julio y agosto.

Campaña en Canarias con motivo de acción promocional propia. 15 al 25 de noviembre

Campaña de Navidad en RRSS y TV online. 9 de diciembre al 6 de enero.

INTERNACIONALES

Francia. Medios digitales nacionales mediante RTB y GDS. Del 8 de marzo al 6 de junio.

Reino Unido. Medios digitales nacionales mediante RTB y GDS. Del 8 de abril al 7 de junio.

Francia y Países Bajos. Diarios impresos y digitales. Del 23 al 31 de diciembre.



COMUNICACIÓN INTERNA

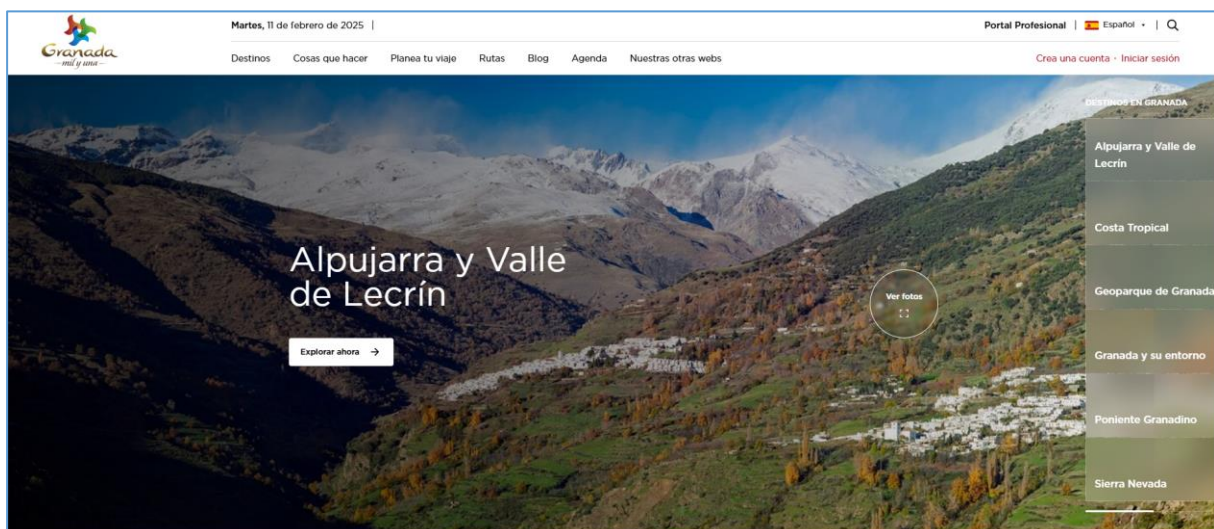
- Redacción de guiones, argumentarios, informes y artículos. En 2024 se han elaborado 46 documentos de comunicación interna.
- Suscripción anual a diarios de información general de la provincia de Granada: Ideal y Granada Hoy

TURISMO INTELIGENTE

- Estreno de la nueva web turística oficial de la provincia de Granada www.turgranada.es. Renovada completamente, ampliada y mejorada dentro del proyecto TurInGranada de Red.es.



- Puesta en marcha del nuevo gestor de contenidos CMS que permite gestionar todos los dispositivos del proyecto TurInGranada de Red.es.
- Estreno de la nueva APP turística oficial de la provincia de Granada Turgranada. Desarrollada dentro del proyecto TurInGranada de Red.es.
- Creación y supervisión de los contenidos de las señalética digital inteligente del proyecto TurInGranada de Red.es.
- Mantenimiento de contenidos y migración de servidores de la web www.universolorca.com.
- Validación y supervisión de los Componentes de Red.ES: Videos 4K, Videos 360º, Imágenes alta resolución, imágenes 360º y creación de fichas de metadatos para todos los municipios de la provincia de Granada.
- Gestión de las Redes Sociales del Patronato en:
 - X
 - Facebook
 - Instagram
 - Youtube
- Gestión de reputación y opiniones en los diferentes perfiles del Patronato Provincial de Turismo



NEWSLETTER

Edición de doce números de la newsletter mensual del Patronato, con información turística de la provincia de Granada y eventos de agenda.



EVENTOS INSTITUCIONALES Y PROMOCIONALES

Premios Turismo de Granada

Celebración de los Premios Turismo de Granada en el Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén el 3 de octubre.

Los galardones fueron concedidos a Juan Luis Álvarez, alma del restaurante Sevilla e impulsor del Palacio de Congresos; el amor por Granada del periodista Carlos Herrera y la forma en que lo difunde a través de los micrófonos a sus miles de oyentes; al Ayuntamiento de Almuñécar, por su exitosa labor por la conservación patrimonial y la mejora del municipio como destino vacacional; la apuesta decidida por nuestra tierra del Grupo Barceló, que cuenta con cinco hoteles en la provincia; y a Lola Índigo, por la difusión nacional e internacional de Granada, su arte y su cultura.



Granada Music Hub

Presentación de la nueva marca de promoción turística y cultural para dar a conocer la extensa y variada oferta de festivales musicales existentes en la provincia de Granada. 'Granada Music Hub' se presentó en Madrid el 24 de enero, coincidiendo con la celebración de Fitur, en una fiesta con actuaciones de músicos granadinos que tuvo lugar en la sala Meeu Demo 3 de la estación de Chamartín.



AMPLIACIÓN DEL ARCHIVO FOTOGRÁFICO

En 2024 el archivo fotográfico del Patronato se ha ampliado con 1.730 nuevas imágenes de recursos turísticos de la provincia de Granada procedentes del proyecto TurlnGranada de Red.es.



C. DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO



C1. Escuela Internacional de Turismo Rural y Naturaleza (Enturna)

PROGRAMA FORMATIVO

Se han realizado un total de 24 acciones formativas con 840 plazas ofertadas.

| ACTIVIDADES FORMATIVAS | PLAZAS | FECHA | LUGAR |
|---|--------|------------------|--|
| FORMACIÓN CON RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS ECTS (CONVENIO CEMED) | | | |
| Supervivencia y bushcraft en zonas áridas: Gorafe | 25 | 27-28 septiembre | Balneario de Alicún |
| Curso de alta montaña: las ciencias naturales in-situ | 30 | 16-18 julio | Sierra Nevada |
| Gastronomía, enología y cata de productos de calidad de Granada | 50 | 11-18 noviembre | Granada, Valle de Lecrín |
| La fotografía como instrumento para la mejora de la experiencia turística | 30 | 9-11 julio | Galera |
| Universo Lorca: La Vega | 30 | 15-17 noviembre | Granada, Fuente Vaqueros y Valderrubio |
| Universo Lorca: Lorca y el Flamenco | 30 | 13-14 noviembre | Granada |
| CONGRESO INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL TURISMO | | | |
| IA SUMMIT: I Congreso Inteligencia Artificial Aplicada al Turismo | 100 | 20-22 Mayo | Granada |
| FORMACIÓN PARA EL GEOPARQUE DE GRANADA | | | |
| Módulo 1 - Introducción al Geoparque | 50 | 23-27 septiembre | Alquife |
| Módulo 3 - Geología básica y geología del Geoparque de Granada | 25 | 4-8 noviembre | Benamaurel |
| Módulo 2 - Patrimonio Cultural | 25 | 7-11 octubre | Castilléjar |
| Módulo 4 - Medio biótico (flora, fauna y ecología del Geoparque) | 25 | 14-17 octubre | Villanueva de las Torres |
| Módulo 5 - La geología en el patrimonio arquitectónico del Geoparque de Granada | 25 | 18-21 noviembre | Gor |
| Módulo 6 - La interpretación del patrimonio aplicada al Geoparque de Granada | 25 | 28-31 octubre | Marchal |
| CALIDAD TERRITORIAL - CURSOS PARA EMPRESAS ADHERIDAS AL SICTED (CICLOS I y II) | | | |
| Módulo 01. El SICTED | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 02. Manuales de buenas prácticas / autoevaluación | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 03. Plataforma de gestión SICTED | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 04. Planificación de la mejora | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 05. Legislación aplicable | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 06. Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones | 30 | Diciembre | On-line |
| Módulo 07. Métodos de encuestación | 30 | Diciembre | On-line |



| | | | |
|---|----|-----------------|----------------------|
| Módulo 08. La gestión enfocada al cliente | 30 | Diciembre | On-line |
| OTROS CURSOS | | | |
| Turismo micológico - Jérez del Marquesado | 50 | 18-20 octubre | Jérez del Marquesado |
| Turismo micológico - Cogollos Vega | 50 | 25-27 octubre | Cogollos Vega |
| Accesibilidad ecoturismo | 30 | 10-13 diciembre | Padul |

PROMOCIÓN

Renovación y mantenimiento de la web <http://www.enturna.es>, donde se publica toda la oferta formativa, las actividades programadas, fondo bibliográfico, etc.



C2. Participación

- Carta Europea de Turismo Sostenible de Sierra Nevada
- Proyecto Europeo INCULTUM

C3. I+D+I de nuevos productos turísticos

PROYECTO GEOPARQUE DE GRANADA

- Participación del Patronato como miembro en la Comisión Técnica del Geoparque de Granada

- Plan Director de Rutas y Senderos del Geoparque
- Anteproyecto del Plan Director Turístico del Geoparque de Granada
- Reuniones de desarrollo del proyecto
- Reuniones de concienciación de población y agentes sociales

PRODUCTO CICLOTURISMO

- Participación en el proyecto Andalucía en Bicicleta en colaboración con Turismo Andaluz y el resto de Patronatos de Turismo de Andalucía.
- Mantenimiento de la microweb de Cicloturismo en www.turgranada.es
- Mantenimiento del directorio de empresas y servicios



C4. Elaboración de estudios e informes

- SEGITTUR: presentación proyecto para la convocatoria: “Ayudas para el despliegue de plataformas tecnológicas y soluciones digitales en los destinos de la red de destinos turísticos inteligente - PID”, en colaboración con la Delegación de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo de la Diputación de Granada.
- RED.ES. Finalización proyecto TurInGranada
- Gestión de subvenciones y ejecución de los proyectos en las siguientes materias:



- Promoción turística.
- Infraestructuras turísticas.
- Formación, sensibilización de la cultura de la calidad e investigación turística.
- Diseño e implantación de un SIT (Sistema de Inteligencia Turística)

C5. Gestión de recursos

- Mantenimiento y actualización de la base de datos de la oferta turística de la provincia.
- Actualización del archivo legislativo sobre turismo.
- Directorio de contactos útiles de turismo: Base de datos con todos los agentes turísticos de la provincia, instituciones públicas y privadas.

C6. Gestión del convenio marco para la concertación local

PROGRAMAS ESPECIALES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA (PROGRAMA 2801)

| | |
|-------------------|--|
| Alfacar | Plan de promoción turística |
| Algarinejo | Plan de promoción turística: Yacimiento de Villavieja |
| Alhama de Granada | Plan de promoción turística: Jornadas Ecoturísticas |
| Alhendín | Plan de promoción turística |
| Alicún de Ortega | Plan de promoción turística |
| Almuñécar | Plan de promoción turística |
| Atarfe | Plan de promoción turística: Guía Yacimiento Medinat Ilbira |
| Baza | Plan de promoción turística |
| Benamaurel | Plan de promoción turística: Fiesta de Moros y Cristianos |
| Bubión | Plan de promoción turística: Jornadas de Patrimonio local |
| Bérchules | Plan de promoción turística: Fiesta de Nochevieja |
| Caniles | Plan de promoción turística: Villa de Caniles |
| Capileira | Plan de promoción turística |
| Castilléjar | Plan de promoción turística: Castilléjar Museo del Geoparque |
| Castril | Plan de promoción turística: Siente Castril |
| Chauchina | Plan de promoción turística |



| | |
|--|--|
| Consortio Desarrollo Vega- Sierra Elvira | Plan de promoción turística |
| Cúllar | Plan de promoción turística |
| Dehesas de Guadix | Plan de promoción turística |
| Galera | Plan de promoción turística |
| Gobernador | Plan de promoción turística |
| Gor | Plan de promoción turística |
| Gorafe | Plan de promoción turística |
| Guadix | Plan de promoción turística |
| Los Guájares | Plan de Promoción: Feria del Aguacate |
| Güéjar Sierra | Plan de Promoción turística: Jornadas gastronómicas de la cereza güejareña |
| Huéscar | Plan de promoción turística |
| Huétor Santillán | Plan de promoción turística |
| Lanjarón | Plan de promoción turística |
| Loja | Plan de promoción turística: Semana Santa |
| Lugros | Plan de promoción turística: Lugros y su bosque encantado |
| Láchar | Plan de promoción turística: Castillo de Láchar |
| Mancomunidad de Costa Tropical | Plan de promoción turística |
| Mancomunidad de Huéscar | Plan de Promoción turística: Gran Senda primeros pobladores |
| Moclín | Plan de promoción turística |
| Monachil | Plan de promoción turística |
| Montefrío | Plan de promoción turística |
| Montejícar | Plan de promoción turística |
| Motril | Plan de promoción de cicloturismo |
| Nevada | Plan de promoción turística |
| Ogíjares | Plan de promoción turística |
| Orce | Plan de promoción turística |
| Padul | Plan de promoción turística: Padul cultural |
| Pampaneira | Plan de promoción turística |
| La Peza | Plan de promoción turística: Alcalde Carbonero y Encierros Taurinos |
| Pinos Genil | Plan de promoción turística: Tranvía de la Sierra |
| Pinos Puente | Plan de promoción turística |
| Polícar | Plan de promoción turística: Polícar, pueblo mágico |
| Puebla de Don Fadrique | Plan de promoción turística |
| Salar | Plan de promoción turística: Villa romana de Salar |
| Salobreña | Plan de promoción turística: segmento gastronómico |
| Santa Fe | Plan de promoción turística: Santa Fe, ciudad de las Capitulaciones |
| Soportújar | Plan de promoción turística: Embruja2 |
| Torre Cardela | Plan de promoción turística: El mirador de los montes |
| Torrenueva Costa | Plan de promoción turística |
| Ugíjar | Plan de promoción turística |
| Valderrubio | Plan de promoción turística |
| Vega del Genil | Plan de promoción turística |
| Íllora | Plan de promoción turística: Parapanda Folk |
| Pórtugos | Plan de promoción turística: Fiesta de la Matanza |



APOYO A LA INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL (PROGRAMA 2802)

| |
|------------------------------------|
| Alamedilla |
| Albolote |
| Albuñol |
| Alfacar |
| Almegíjar |
| Baza |
| Campotéjar |
| Chauchina |
| Cijuela |
| Cogollos de Guadix |
| Colomera |
| Cájar |
| Cúllar |
| Dúrcal |
| Escúzar |
| Fornes |
| Freila |
| Güéjar sierra |
| Iznalloz |
| Jete |
| Lanjarón |
| Lentegí |
| Loja |
| Mancomunidad de la comarca de Baza |
| Nigüelas |
| Otívar |
| La Peza |
| Puebla de Don Fadrique |
| Píñar |
| Pórtugos |
| Salobreña |
| Santa Cruz del Comercio |
| Soportújar |
| Trevélez |
| Valle del Zalabí |
| Zafarraya |
| La Zubia |
| Órgiva |
| Moraleda de Zafayona |



PROGRAMA 2804 ELABORACIÓN DE LOS DIAGNÓSTICOS TURÍSTICOS

Capileira

Soportújar

PROGRAMA 2806 SICTED PARA ENTIDADES LOCALES

Lanjarón

Pampaneira





D. DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN





D.1 Bienvenida y asesoramiento

La labor más importante que desarrolla la oficina de turismo del Patronato Provincial es, sin duda, el servicio de información y asesoramiento en destino al turista. Potenciar y dar a conocer los recursos turísticos de la ciudad y la provincia siendo un servicio receptivo y haciendo de enlace entre el visitante y nuestras comarcas. Este servicio representa un elemento importante en el desarrollo de este sector en la medida que el turismo es la fuente de riqueza más importante para nuestra región.

La Oficina de Turismo del Patronato Provincial de Turismo tiene como principal objetivo, potenciar y dar a conocer la oferta turística de la ciudad y sobre todo de la provincia de Granada.

Después de las promociones en el exterior que realiza el Patronato, nuestra misión es dar la bienvenida e informar al turista de todo lo que puede ofrecer Granada, orientándole sobre los aspectos históricos, artísticos y culturales, y dándoles una buena acogida, ya que de ello depende en algunos casos que alarguen su estancia y la futura publicidad que puede hacer a sus amigos y familiares.

Se trata de fidelizar al turista y que repita nuestro destino y en gran medida depende de su experiencia en nuestra ciudad. En muchos casos el primer contacto con la ciudad se produce en las oficinas de turismo por eso resulta vital el recibimiento y el trato con el visitante. Desde esta oficina se da una gran importancia no solo al hecho objetivo de la información sino en cómo se transmite esa información que es igual o incluso más importante que el mensaje.

Pero no solo el turista sino también el granadino se preocupa por conocer cada vez más su propia provincia y acuden a nuestra oficina para recibir toda la información relativa a las actividades culturales y de ocio de la ciudad.

Los visitantes a nuestra ciudad generalmente acuden a las oficinas para tener a alguien a quien hacer las preguntas directas. Para ello, se les proporciona un plano de la ciudad, lista de horarios de los principales monumentos, autobuses, alojamiento, restauración, actividades culturales, rutas por nuestra provincia y cualquier otro tipo de curiosidad que nos planteen.

D.2 Funciones de la Oficina de Información

SERVICIO DE INFORMACIÓN AL TURISTA

Se trata del principal servicio que presta la oficina y la idea es tratar de optimizar el tiempo del que dispone el turista y adaptar los recursos turísticos que existen en nuestra provincia al tiempo del que disponen.



El Patronato cuenta con las siguientes oficinas y puntos de información turística en los que presta atención a los visitantes de la provincia.

- Oficina en el edificio de Niñas Nobles. Calle Cárcel Baja.
- Oficina digital del Aeropuerto Federico García Lorca Granada-Jaén.



MANTENIMIENTO DEL BANCO DE DATOS DEL PATRONATO Y LISTADOS

Para poder atender con la máxima eficacia hay que estar al tanto de todos los cambios que van ocurriendo en la ciudad y provincia. Para ello acudimos a todas las fuentes posibles que nos pueden ayudar en la tarea (prensa, teléfono, internet, web oficiales etc.) Son las herramientas de trabajo con las que contamos en nuestro departamento.

El listado de alojamientos (camping, hoteles, apartamentos, pensiones y hostales) también se cambia al principio de cada año para poner al día sus datos.

Cada vez que se recibe el listado de las Altas y Bajas que nos envía la Junta de Andalucía, cambiamos nuestras listas de alojamientos para actualizarlas. A su vez, se van actualizando en nuestra página web y se comunican los cambios al resto de las oficinas municipales de la provincia.

Las actividades culturales también se insertan en la web del Patronato en el calendario de eventos que aparece en la página principal según se nos va comunicando o después de contactar con los distintos organizadores para saber que actos hay previstos tanto en la ciudad como en la provincia.

COORDINACIÓN DE LA RED DE OFICINAS

Entre otras tareas está la de coordinar las distintas oficinas de turismo que se encuentran en la provincia. Se ponen al día los horarios de autobuses a los distintos pueblos, los monumentos y se envía material turístico a aquellos municipios que lo solicitan e igualmente nuestra oficina tiene la tarea de recabar las publicaciones que se editan de los diferentes municipios que realizan los ayuntamientos o los patronatos municipales.



SUMINISTRO DE MATERIAL TURÍSTICO A ENTIDADES Y CONGRESOS

Durante este año, se ha entregado material turístico de la provincia a organismos públicos o privados, que nos lo han solicitado para entregar a asistentes a congresos.



Asimismo, se ha solicitado por parte de las oficinas de turismo de la provincia material editado por el Patronato de turismo para reforzar la información que se ofrece en dichas oficinas.

Las oficinas que han solicitado material son las siguientes:

- COSTA TROPICAL: municipios de Almuñécar, Motril y Torrenueva
- GUADIX Y MARQUESADO: oficina de turismo de Guadix
- ALPUJARRA: oficina de Lanjarón y Ayuntamiento de Ugíjar
- SIERRA NEVADA: oficina de turismo de Güéjar Sierra y oficina turismo de Monachil
- ENTORNO DE GRANADA: oficina turismo de Santa Fe y oficina turismo de La Zubia

CONTROL DE EXISTENCIAS DE MATERIAL Y ALMACÉN

Todo el material editado por el Patronato de turismo se controla desde la oficina de turismo, a través de un programa de gestión que incluye el control de material del Patronato de forma automatizada. Desde este programa se puede conocer en cada momento el número de ejemplares que hay en existencias.

En este departamento se estudian las necesidades del resto de los departamentos como las nuestras propia para realiza la reedición de material a las empresas que realizan los folletos.

Una vez realizado el material se lleva un control de existencias de cada uno de los folletos para que siempre haya una cantidad suficiente para cubrir las promociones que se realizan desde patronato y el material que se ofrece en las distintas oficinas.

MATERIAL EDITADO

| PUBLICACIÓN | EJEMPLARES |
|-------------------------------|-------------------|
| Cartel calendario | 2.000 |
| Turismo monumental y cultural | 1.000 |
| Plano Granada y provincia | 75.000 |

VISITAS DE CENTROS DE ENSEÑANZA Y ATENCIÓN A PROFESIONALES

Otra de las tareas que se llevan a cabo en la oficina de turismo es la formación a través de una charla en nuestra oficina de los alumnos de los diferentes ciclos de grado superior relacionados con el turismo.

Se les comenta las actividades que realizamos y nuestra labor diaria de información y atención al turista. También se tratan aspectos menos conocidos de la atención al público y las experiencias que hemos tenido en nuestro trabajo.

En 2024 hemos ofrecido la charla de formación a los siguientes centros:

- Centro de enseñanza Virgen de las Nieves. 29 enero. Alumnos de 2º ciclo de grado superior de Guía, información y asistencia turística
- Instituto Mediterráneo Sol con visita de alumnos de Trento (Italia). 27 de febrero. Estudiantes de grado superior de Turismo
- Centro de empleo del Ayuntamiento de Granada. 21 de mayo. Alumnos del curso de promoción turística local e información al visitante
- IES Andrés de Vandelvira. Departamento de Hostelería y Turismo. Baeza. 23 de octubre. Alumnos del ciclo superior de Guía, Información y Asistencias Técnicas.

También hemos realizado un cuestionario muy extenso para la Organización Nacional de Turismo de Japón sobre los centros de información turística en el extranjero. El contacto ha sido a través de Nanako Imai

Reconocimiento del IES Virgen de las Nieves al Patronato Provincial de Turismo y a la oficina de turismo por la colaboración con el alumnado.





D.3 Punto de Información del Aeropuerto FGL

Ofrece información de forma virtual a través de una serie de asistentes y pantallas que dan a conocer toda la oferta de la provincia de Granada, así como los eventos programados además de resolver las consultas que puedan plantear los viajeros que lleguen hasta nuestro aeropuerto.

- Ubicación de los diferentes servicios turísticos en la ciudad. Cualquier punto de la provincia o provincia vecinas.
- Medios de transporte, horarios de autobuses y trenes, alquileres de vehículos, taxis, etc.
- Traslado desde el aeropuerto hasta la ciudad o la provincia
- Indicaciones de tráfico y trayectos
- Visitas a monumentos
- Alojamiento y situación de hoteles

D4. Procedencia de visitantes

Los dos primeros meses de 2024 los turistas que han pasado por la oficina han sido similares al año anterior. Además, sigue recuperándose el turismo nacional y se nota un incremento del turismo internacional. En primavera las cifras han bajado con respecto al año 2023 pero hay que tener en cuenta que comenzaron las obras en la torre de la Catedral desde el 26 de febrero y el paso ha estado restringido durante muchos días.

Este año de nuevo es llamativo el descenso de visitas en los meses de verano. Un ejemplo de ello ha sido la Alhambra, donde era posible comprar entradas para visitar el monumento prácticamente a diario en los meses de julio y agosto. El turismo nacional ha viajado sobre todo en octubre y noviembre. Este mes ha habido muchos días con los tickets de la Alhambra agotados, lo que nos hace ver que se está desplazando el turismo de los meses de verano a meses menos calurosos. Quizás es una tendencia que puede confirmarse en los próximos años.

El turismo internacional se ha recuperado bastante. De nuevo Francia junto con Reino Unido y Alemania son los países de origen con más visitantes en la oficina de información. Se nota un incremento de viajeros de Italia y países del centro de Europa. Falta aún por recuperar el turismo asiático, sobre todo el japonés. El chino y coreano va en aumento.

A lo largo de 2024 se atendieron un total de **97.240 consultas**.



- Total españoles: 50,18%
- Total Unión Europea: 6,79%
- Total resto de Europa: 1,37% (Islandia, Noruega, Suiza, Turquía, Rusia...)
- Total resto de mundo: 11,66%

Potr comunidades autónomas, el mayor número de consultas proceden de Madrid, que representa el 18%, Cataluña con un 15% y comunidad Valenciana con un 10%.

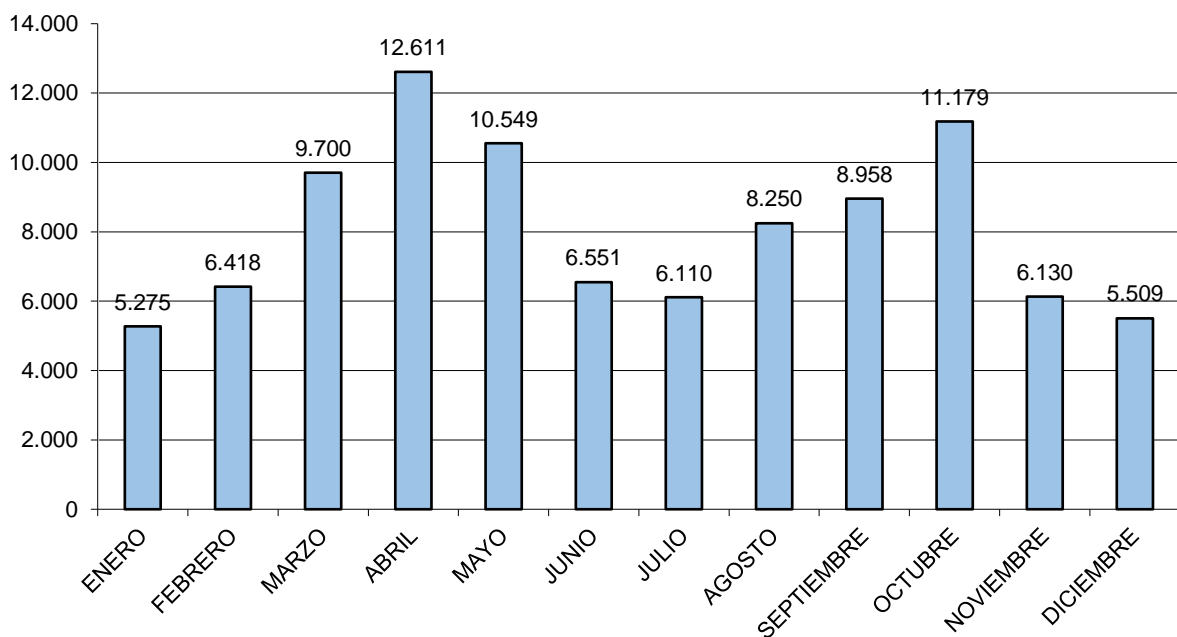
De Europa las procedencias por este orden son: Francia con un 38%, seguida de Alemania con un 15%, Reino Unido con un 14% e Italia con un 13%.

En el resto del mundo destacamos Estados Unidos con un 21% y Argentina con un 19%.

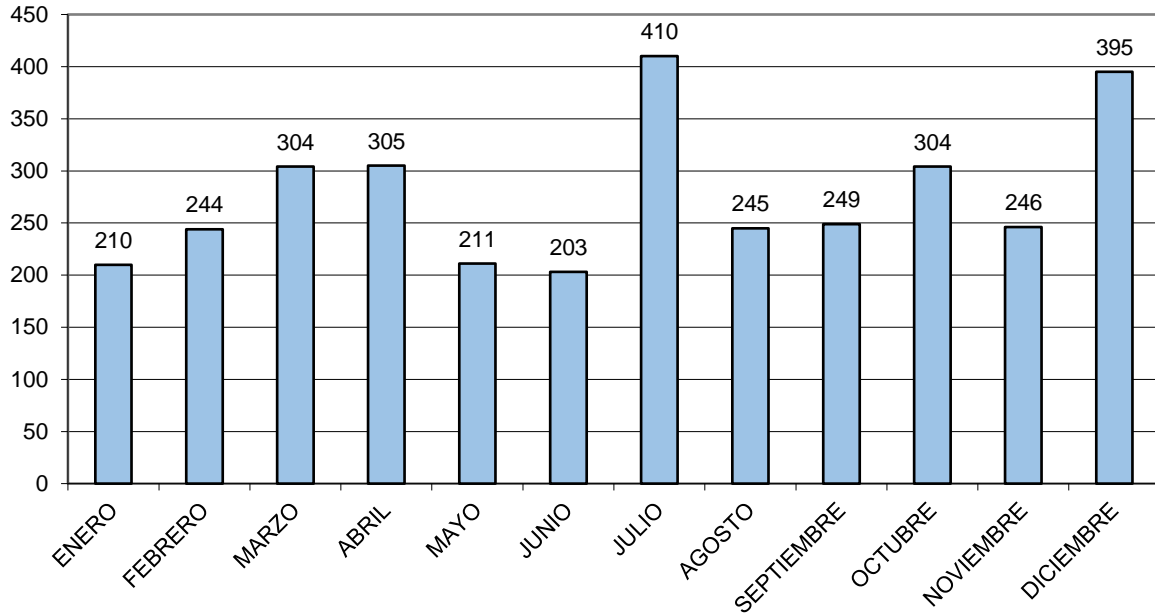
De Asia, China representa el 2,88% de los turistas que pasan por la oficina y Corea del Sur el 3,63%, aunque este tipo de turista viaja en circuitos programados y no tanto turista individual que es el perfil de visitante de la oficina.

D5. La Oficina de Información en cifras

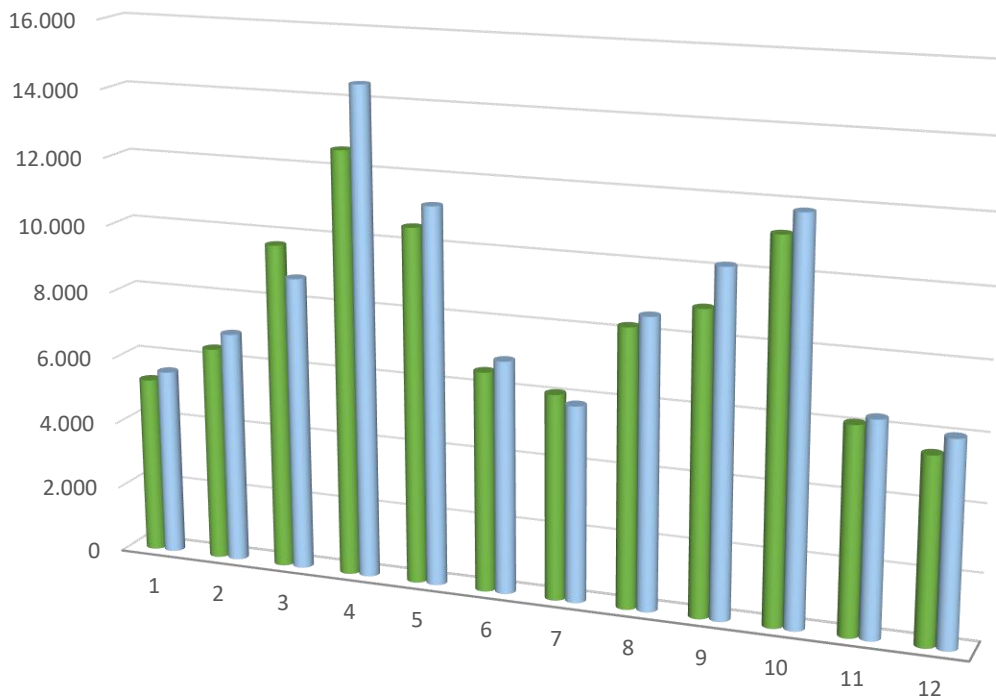
Consultas directas en la Oficina



Consultas telefónicas



Comparativa 2023-2024



| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|------------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|
| ■ AÑO 2024 | 5.275 | 6.418 | 9.700 | 12.611 | 10.549 | 6.551 | 6.110 | 8.250 | 8.958 | 11.179 | 6.130 | 5.509 |
| ■ AÑO 2023 | 5.575 | 6.921 | 8.766 | 14.507 | 11.207 | 6.927 | 5.838 | 8.602 | 10.181 | 11.829 | 6.345 | 6.038 |



E. DEPARTAMENTO DE CONTRATACIÓN Y ADMINISTRACIÓN





El Servicio de Administración da soporte administrativo a todo el Patronato de Turismo, gestionando los contratos que son necesarios para el desenvolvimiento de su actividad, así como el personal que integra la plantilla, y es el encargado de la llevanza de la contabilidad y el presupuesto. Actualmente el Servicio lo integran cuatro funcionarios.

Durante el año 2024, además de la actividad ordinaria (que se refleja, por ejemplo, en los 286 expedientes con resolución tramitados, entre ellos 75 contratos menores), destacan algunos que han sido clave para la estrategia del Patronato y que vamos a indicar a continuación. Destacamos igualmente la regularización paulatina de los contratos menores, iniciada hace varios años y casi culminada en el Patronato de Turismo, mediante la licitación pública de prestaciones. Esto último supone un importante esfuerzo coordinado de todas las unidades, tanto las finalistas o promotoras del contrato, como Administración, que es el departamento encargado de diseñar y dirigir los correspondientes procedimientos.

- Compra del Convento de la Concepción, en Guadix, por importe de 1.499.000€, para destinarlo a fines propios del Patronato. La adquisición del convento es una operación muy interesante desde el punto de vista de la promoción en el norte de la provincia. Se ha tratado de un expediente complejo en su tramitación administrativa y que se ha realizado sin incidencia alguna.
- Contrato del Servicio Agencia de viajes, por importe de 548.017,34€ y duración máxima de cuatro años.
- Contrato del Servicio de planificación medios y prensa, por importe de 519.999,68€ y duración máxima de cuatro años.
- Contrato del Servicio de la nueva imagen promocional y publicitaria de la provincia de Granada como destino turístico, por importe de 462.337,64€ y duración hasta el 31 de diciembre de 2028.
- Contrato para la elaboración del Plan Estratégico 2025-2035, por importe de 71.892,15 €, y duración de doce meses. Se trata de un contrato fundamental desde el punto de vista institucional.
- Contrato para la organización y ejecución del “Acto Premios Turismo 2024”, que se realizó en el aeropuerto, por importe de 42.229€.
- Contrato para la organización y ejecución del Acto “Granada de cine y TV”, por importe de 57.959€.
- Contratación de pólizas de seguro, pasando de su mera renovación a licitación abierta en la Plataforma de Contratación del Estado.



Cumplimiento de fines

Respecto a la memoria del ejercicio 2024, conforme al artículo 81.2 de la Ley 40/2015 de 1 de octubre del Régimen Jurídico del Sector Público, el Patronato Provincial de Turismo de Granada cumple con los fines para los que fue creado, así como con las actuaciones previstas en el Plan de Acción del mencionado ejercicio.



Granada

PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO

MEMORIA ANUAL 2024



**Diputación
de Granada**