

A la conquista del turista y el empresario chileno

Se han mantenido encuentros con turoperadores, periodistas y agentes de viaje, así como con la Cámara de Comercio de España en Santiago de Chile, a través de la Agencia 'Granada global'

lunes 01 de diciembre 2025



La Diputación de Granada, en su línea estratégica de abrirle camino a la provincia en países europeos, Nueva York y China, comienza su conquista en Latino América con una acción promocional en Santiago de Chile. La vicepresidenta I y diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nievas, ha mantenido un encuentro con medio centenar de agentes de viaje, periodistas especializados y turoperadores del país para mostrar los encantos de una provincia única como Granada que ofrece un turismo experiencial inigualable. Además, se ha puesto en valor el potencial de la provincia para abrir nuevas oportunidades de negocio en una reunión mantenida en la Cámara de Comercio de España en Santiago de Chile, en la que también ha estado presente Raquel López, en representación de la Cámara de Comercio de Granada y de la Agencia 'Granada Global'.

En esta línea, Nievas ha señalado que “el Equipo de Gobierno de la institución tiene muy clara su hoja de ruta, que no es otra que la de ir internacionalizar el destino Granada, tanto desde el punto de vista turístico como de oportunidad y expansión empresarial”, subrayando que “hemos analizado las preferencias del turista chileno y vemos que cuando este elige España para pasar sus vacaciones o disfrutar de su tiempo de ocio, pone su atención en Madrid y Barcelona, pero también en Andalucía, por lo que creemos que ahí es donde tenemos que dirigir todos nuestros

esfuerzos, teniendo que cuenta que la oferta de Granada es única por su rica variedad y todo su potencial patrimonial, natural, costero, de nieve y gastronómico”.

En su intervención, la diputada, que ha agradecido la labor de la Oficina de Turismo de España en Argentina, ha añadido que “Latino América era un territorio en el que la Diputación tenía que poner el ojo y trabajar para establecer sinergias que contribuyan al crecimiento turístico y empresarial de Granada”, incidiendo en que “ese turista chileno que llega principalmente a Madrid o Barcelona, tiene que saber que las conexiones por tierra y aire con Granada favorecen completar su estancia en España con una oferta experiencial marcada no solo por la majestuosa Alhambra, sino también por las Alpujarra, la Costa Tropical, el Geoparque o Sierra Nevada”.

Perfil del turismo chileno

En los últimos dos años, Chile viene demostrando uno de los comportamientos más positivos hacia España dentro de los mercados emisores de América del Sur. Es uno de los países latinoamericanos con mayor nivel de ingresos medios y presenta un nicho específico de consumidor de turismo *premium*, reducido desde la perspectiva cuantitativa, pero de importancia estratégica desde un punto de vista cualitativo. Según la diputada de Turismo y Patrimonio, “aquí debemos de poner el acento, atrayendo un turista rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino, proponiéndonos como reto la mejora en el posicionamiento del segmento específico del turista de lujo”.

Si bien el mayor potencial del mercado emisor chileno está en su capital, Santiago de Chile, son regiones con población de elevado nivel de ingresos Antofagasta, al norte, y Magallanes y Antártica chilena, al sur del país.

En 2024, el número de chilenos que visitó España fue de aproximadamente 348.000, un 15,7% más que en 2023 y superior a los datos previos a la pandemia. Igual que su gasto medio en el territorio español, que fue de 808,3 millones de euros en 2024, un 5% más que en 2023 y más elevado que antes del Covid. La estancia media fue de 8 días, llegando a Madrid un 53,7%, a Cataluña, un 27% y a Andalucía, un 4,7%.

A este contexto de incremento ha contribuido la sólida red de conectividad aérea directa entre Santiago de Chile y Madrid y Barcelona, con 29 frecuencias semanales.

Encuentro empresarial

La Diputación también ha aprovechado su viaje a Chile para, de la mano de la Cámara de Comercio de Granada y la Agencia ‘Granada Global’, mantener una reunión con representantes de la Cámara de Comercio de España en la capital, donde se ha puesto de manifiesto el potencial que tiene la provincia granadina en sectores tan importantes como el tecnológico y biotecnológico o el agroalimentario, entre otros.

En este sentido, la vicepresidenta I, Marta Nievas, ha puesto en valor las oportunidades de negocio que ofrecen los parques metropolitanos de Escúzar o Marchalhendín, la importancia estratégica del Puerto de Motril, cómo Granada se ha convertido ya en un centro de transformación digital e innovación, y el liderazgo de la Universidad de Granada.

Por último, Nievas ha remarcado la importancia de actos como este dentro de la estrategia de internacionalización de la provincia que persigue tanto 'Granada Global' en su conjunto, como la institución, abriendo la provincia a nuevos mercados que, a su vez, puedan llegar a ser generadores de nuevas oportunidades en las diferentes comarcas granadinas.

Video Lse

