

El Consejo Rector del Patronato Provincial de Turismo aprueba una inversión de 2 millones de euros para mejorar la conectividad aérea

Es la primera vez en la historia que la Diputación de Granada adopta una estrategia de este tipo con el objetivo de fortalecer la presencia de la provincia en los mercados turísticos internacionales

lunes 21 de julio 2025



El Consejo Rector del Patronato Provincial de Turismo ha aprobado una inversión de 1.996.500 euros para la puesta en marcha de un contrato de servicios destinado a la promoción turística de la provincia utilizando la conectividad aérea internacional. Es la primera vez en la historia que la Diputación de Granada adopta una estrategia de este tipo con el objetivo de fortalecer la presencia de la provincia en los mercados turísticos internacionales y facilitar la llegada de visitantes a través de rutas más directas y accesibles.

La diputada de Turismo, Marta Nievas, ha detallado que “esta iniciativa supone un paso decisivo para potenciar el posicionamiento internacional de Granada como destino turístico. Apostamos por un modelo moderno, dinámico y ambicioso que conecte de forma más efectiva nuestra tierra con los mercados estratégicos, facilitando la llegada de viajeros mediante rutas más directas, accesibles y atractivas”.

Además, Nievas ha subrayado que “esta inversión tendrá un impacto directo en la economía local, ya que no solo generará mayor visibilidad para la marca Granada y sus submarcas, sino

que también contribuirá a dinamizar sectores clave como la hostelería, el comercio y el turismo rural. Queremos que esta apuesta repercuta en toda la provincia, desde la Costa Tropical, Sierra Nevada, el Geoparque o el Poniente Granadino, hasta la capital, con la Alhambra como gran reclamo internacional. Granada es un destino diverso, con una riqueza patrimonial, cultural y natural únicas, y esta acción nos permitirá mostrarlo al mundo con más fuerza que nunca”.

Sobre el contrato

El contrato, que se desarrollará a lo largo de tres años, de 2025 a 2028, contempla acciones de promoción turística tanto online como offline estructuradas en un Plan de Marketing diseñado para impactar en mercados clave como Francia, Portugal y Reino Unido. Estas acciones se llevarán a cabo a través de medios propios o externos de las compañías licitadoras que operen o puedan operar próximamente en la provincia, con el fin de posicionar a Granada como un destino internacional atractivo y competitivo.

La actuación cuenta con una dotación presupuestaria de 907.500 euros para 2026, 635.250 euros, para 2027, y 453.750 euros, para 2028. Los criterios de adjudicación se centrarán en la calidad del Plan de Marketing presentado, el grado de conectividad ofertada, la proporción de acciones promocionales externas y el enfoque en destinos estratégicos para Granada. El plazo para la presentación de ofertas será de 30 días naturales a partir de su publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE).

Video Lse

