

## Elaborado un Plan Estratégico para transformar el modelo turístico de la provincia hacia un destino inteligente, sostenible y multidestino

El Patronato Provincial de Turismo presenta al sector su 'Estrategia TurGranada 2035', la hoja de ruta que definirá el desarrollo turístico en la próxima década

---

miércoles 14 de enero 2026

---



El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Granada ha presentado hoy la Estrategia TurGranada 2035 – ‘Sueños que se viven’, un ambicioso plan de transformación del modelo turístico de la provincia que tiene como objetivo posicionar a Granada como destino referente del turismo del futuro, combinando innovación, sostenibilidad, tecnología y equilibrio territorial. El documento ha sido dado a conocer al sector turístico y a la sociedad granadina durante un acto en el Palacio de Congresos que ha estado encabezado por el presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez.

La estrategia parte de una premisa clara, y es que Granada cuenta con un potencial extraordinario, pero es necesario convertir ese potencial en valor real para toda la provincia, impulsando el desarrollo económico, la creación de empleo de calidad y la cohesión territorial, al tiempo que se preservan los recursos naturales, culturales y sociales que definen la identidad del destino.

Rodríguez, que ha estado acompañado por la vicepresidenta I y diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nievas, y la alcaldesa de Granada, Marifrán Carazo, ha subrayado que “el turismo es una de las principales palancas de desarrollo de la provincia, pero también una actividad que exige planificación y responsabilidad”. En este sentido, ha señalado que planificar el turismo “no es una opción, sino un compromiso con los municipios, con las empresas, con el empleo y, sobre todo, con la ciudadanía”, para evitar desequilibrios territoriales y garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo.

Además, el presidente ha destacado que la planificación estratégica permite “pasar de la reacción a la anticipación y de las actuaciones aisladas a una visión compartida”, apostando por un modelo turístico “más equilibrado, más competitivo y más conectado con el territorio”. Según ha explicado, estrategias como TURGranada 2035 no son solo documentos, sino “herramientas vivas que orientan la acción pública y privada, refuerzan la cohesión territorial y generan oportunidades en todas las comarcas de la provincia”.

El presidente provincial ha reafirmado el compromiso de la Diputación con la implementación de esta hoja de ruta, asegurando que la institución seguirá acompañando al sector y a los municipios para convertir la estrategia “en acciones, proyectos y resultados tangibles”. “TURGranada 2035 es una apuesta por el empleo de calidad, por fijar población y por un desarrollo económico más equilibrado, porque cuando el turismo se planifica bien no solo atrae visitantes, sino que construye futuro para la provincia de Granada”, ha concluido.

Por su parte, la vicepresidenta I y diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nievas, ha indicado que “cuando llegamos a la Diputación de Granada, nos encontramos con una realidad y esa era que no existía una hoja de ruta clara que definiera los objetivos necesarios para construir el modelo turístico que nuestra provincia merece. Ante esta situación, desde el Patronato Provincial de Turismo impulsamos un proceso riguroso y transparente, licitando un concurso público con un propósito claro, que es el de dotar a Granada de una planificación turística sólida y consensuada”.

A su vez, Nievas ha apostillado que “hoy, gracias al trabajo y la confianza de nuestro presidente, podemos afirmar que Granada cuenta con una estrategia turística sólida, participativa y orientada al futuro. Un plan que no solo responde a los desafíos actuales, sino que sienta las bases para que nuestra provincia se consolide como un destino competitivo, sostenible y de referencia nacional e internacional”.

Por último, la alcaldesa de Granada, Marifrán Carazo, ha subrayado que “este documento enmarca la Cultura como un eje vertebrador muy importante en esa estrategia que tenemos compartida Diputación y Ayuntamiento de Granada, y a la que se han adherido todos sus municipios, para seguir fortaleciendo lo que representa la Cultura y el binomio Turismo-Cultura, lo que creo que nos acerca a avanzar en una gestión más sostenible de nuestro turismo, un turismo de calidad, de excelencia y enmarcado también en la planificación estratégica de la propia ciudad que revisaremos y del proyecto de Capitalidad Cultural que defenderemos en un mes”.

## **Un punto de partida favorable y lleno de oportunidades**

Granada afronta esta nueva etapa con una base sólida, marcada por una importante inversión europea en proyectos de transformación digital, la integración en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) y el desarrollo de iniciativas pioneras que ya están generando impacto en la gestión y promoción del destino.

Entre las principales oportunidades identificadas se encuentran el auge del turismo experiencial, que sitúa a la provincia en una posición diferencial gracias a su diversidad de paisajes, patrimonio, gastronomía, costa y montaña; la aparición de nuevas modalidades de transporte compartido que facilitan la movilidad del visitante; y el uso de tecnologías como la realidad aumentada, la realidad virtual y la inteligencia artificial para mejorar la experiencia turística y abrir la provincia al mundo.

Asimismo, la consolidación y expansión del Puerto de Motril y del Aeropuerto de Granada refuerzan la conectividad del destino, mientras que la Alhambra se consolida como gran puerta de entrada y canal estratégico para redistribuir flujos turísticos hacia el conjunto de la provincia mediante el uso de storytelling y experiencias conectadas.

## **Tendencias que marcan el turismo del futuro**

La estrategia TURGranada 2035 se construye sobre un análisis profundo de las grandes tendencias que están transformando el sector turístico a nivel global.

En primer lugar, la sostenibilidad ambiental, con un enfoque que combina la regeneración de ecosistemas, la reducción de emisiones, la neutralidad de carbono y la promoción de actividades y alojamientos de bajo impacto.

En segundo lugar, la sostenibilidad social, orientada a preservar la identidad cultural, mejorar la calidad del empleo turístico y favorecer una convivencia equilibrada entre visitantes y residentes, como respuesta estructural al fenómeno de la turismofobia.

La digitalización juega también un papel central, mediante el uso de Big Data, inteligencia artificial y experiencias inmersivas para personalizar la visita, mejorar la gestión de los flujos y garantizar una experiencia segura y de calidad.

A estas tendencias se suma la movilidad sostenible, basada en la electrificación del transporte, los sistemas a la demanda y la intermodalidad, así como una nueva forma de promoción turística, centrada en redes sociales, marketing digital y relatos de destino que conectan con las nuevas generaciones desde la autenticidad y la experiencia.

## **Retos estratégicos para consolidar el liderazgo turístico**

A pesar de la posición de partida favorable, TURGranada 2035 identifica una serie de retos clave que deben abordarse de forma coordinada para consolidar el liderazgo turístico de la provincia de cara a 2035.

Entre ellos destacan la necesidad de personalizar la experiencia turística para distintos perfiles de visitantes, mejorar la conectividad intra e interprovincial, reforzar la cooperación entre territorios y la colaboración público-privada, y avanzar hacia un equilibrio territorial real que reduzca las diferencias entre zonas.

La estrategia también apuesta por maximizar la capacidad de atracción de recursos complementarios, posicionar la marca “Granada, Sueños que se Viven” como referente del turismo multidesestino y experiencial, y reforzar la formación y el empleo turístico de calidad como pilares de la competitividad futura del sector.

### **Un nuevo modelo turístico para Granada**

TURGranada 2035 define una visión clara, la de posicionar a la provincia de Granada como destino referente del turismo, transformando el modelo actual hacia un sistema inteligente que permita innovar preservando la identidad local y ofreciendo un turismo de alto valor añadido basado en la diferenciación del territorio.

Su misión se centra en desarrollar y promover una oferta turística innovadora, diversa y conectada, que facilite la redistribución de flujos turísticos, integrando tecnología, sostenibilidad y colaboración público-privada para crear experiencias únicas adaptadas a los viajeros actuales y futuros, tanto nacionales como internacionales.

Los valores que sustentan la estrategia incluyen el compromiso con la calidad, la cooperación institucional y empresarial, el respeto al entorno natural, cultural y social, la apuesta por la tecnología como palanca de transformación, la valorización del carácter multidesestino y multiservicio de la provincia y la capacidad de adaptación ágil a los cambios del mercado turístico.

### **Un mapa estratégico con objetivos e iniciativas concretas**

La estrategia se articula en torno a seis grandes objetivos estratégicos: redistribuir los flujos turísticos, impulsar una gobernanza colaborativa, posicionar a Granada como líder en turismo multidesestino y multiexperiencia, desarrollar un modelo turístico sostenible, aplicar tecnologías emergentes para democratizar el acceso al turismo y completar la transición digital del sector turístico granadino.

Para alcanzar estas metas, se han definido 18 líneas de actuación y 55 iniciativas, entre las que destacan proyectos transformadores como la creación de una plataforma digital para la planificación de rutas turísticas, la implementación de señalética inteligente multilingüe para redistribuir visitantes, el desarrollo de gemelos digitales de destinos turísticos para simulación y planificación, la puesta en marcha de una plataforma provincial de coordinación turística, la

creación del Museo Turístico de la Provincia de Granada, un Plan Integral de mejora de la conectividad turística, el establecimiento de un Laboratorio de Innovación en Experiencias Turísticas (Living LabTur Granada), la ampliación del asistente virtual inteligente para una personalización integral, el fortalecimiento del Sistema Provincial de Inteligencia Turística mediante DataHub, dashboards y el COTI Granada, así como un Programa de Adaptación Climática del Turismo Rural y Natural.