

Granada promociona su oferta de turismo ante turoperadores y prensa especializada neoyorquina

El mercado estadounidense, que ha aumentado un 24% el número de viajeros, es el segundo emisor de turismo extranjero en la provincia

jueves 06 de marzo 2025



Francis Rodríguez, Marifrán Carazo, Joaquín Rubio, Marta Nievas, Manuel Muñoz y Juan Ramón Ferreira, reunidos con agentes turísticos, turoperadores y prensa americana especializada

El Patronato de Turismo de la Diputación de Granada, junto al Ayuntamiento de la capital, celebran este jueves varias acciones comerciales y promocionales a través de encuentros con agentes turísticos y turoperadores, así como con prensa americana especializada, a los que están dando traslado de los encantos de una provincia única con un atractivo completo y un amplio valor diferencial respecto a otros destinos en el ámbito turístico.

El presidente del Patronato, y también presidente de la Diputación de Granada, Francis Rodríguez, ha señalado la importancia que para el turismo provincial tiene el mercado estadounidense, segundo emisor de turismo extranjero, solo superado por Francia que, según los últimos datos del INE, aumentó en número de viajeros más de un 24%.

“Como nos comprometimos, hemos redoblado los esfuerzos y el presupuesto del Patronato de Turismo para aumentar las acciones promocionales en destino y origen. Tenemos que enseñarle al mundo que Granada es única, que está llena de vida y que lo tiene todo”, ha dicho Rodríguez, quien ha mostrado su satisfacción por los encuentros que se están produciendo en el ámbito de promoción turística que muestran una Granada completa donde vivir una y mil experiencias.

Entre los diferentes citas, destaca una reunión de marketing in house con turoperadores americanos especializados en el mercado español, a los que se les ha dado traslado de las novedades de la oferta de la provincia, así como un encuentro con periodistas especializados y la celebración de un workshop con cuarenta agentes de viaje de varias empresas mayoristas, casi todas pertenecientes a la Asociación de Turoperadores de la Región de Nueva York, para conocer todos los recursos turísticos de la provincia y contactar directamente con las empresas granadinas desplazadas a Estados Unidos y que están participando en estas jornadas promocionales.

El presidente de la Diputación ha incidido en la importancia de estos eventos para establecer nuevas relaciones comerciales y afianzar las ya existentes, y, en concreto, para negociar con los turoperadores tanto la ampliación del número de paquetes en los que ofrecen Granada a sus clientes, como el número de días de estancia en la provincia que incluyen las ofertas ya existentes.

“En este sentido, los agentes americanos tienen claras las preferencias para sus clientes. Quieren productos que se salgan de la normalidad, que ofrezcan experiencias novedosas para sus compradores y Granada aquí tiene mucho que decir y ofrecer. A la monumentalidad, la provincia suma la singularidad de productos como los alojamientos en cuevas, la estación de esquí de Sierra Nevada, el turismo rural y activo o la proximidad de la Costa Tropical, entre otros. Además, contamos con una excelente relación de calidad-precio respecto a otros competidores europeos”, ha subrayado Rodríguez.

Cifras históricas

La alcaldesa de Granada, Marifrán Carazo, por su parte, ha reseñado que “Granada cierra el año 2024 con cifras históricas que reflejan el atractivo incomparable de nuestra ciudad, pero además refrendan el éxito de un modelo turístico que estamos construyendo entre todos: ciudad y provincia. Un turismo sostenible, de calidad y con la cultura como gran referente”.

Así, Carazo ha detallado los “más de 1.800.000 visitantes que nos eligieron este año, un 6% más que en 2023, que han realizado un gasto medio de 92€, un aumento del 8,5% respecto al año

anterior, y que han alcanzado 3.300.000 pernoctaciones, consolidando nuestra posición como un destino en el que el viajero no solo pasa, sino que se queda, vive y disfruta de la experiencia única que es Granada, gracias también a la Granada Card, entre otras propuestas”.

La alcaldesa ha indicado que “la mejora en la calidad de los servicios turísticos y el incremento de plazas hoteleras de cinco estrellas, que ya superan las 1.200 en 2024, tienen mucho que ver con estos datos. Por ello, nuestra apuesta por el turismo de excelencia tramitando licencias para nuevos establecimientos de 5 estrellas, que, a su vez, incrementarán las 16.402 plazas hoteleras en la ciudad de Granada”.

Por otro lado, Marifrán Carazo ha señalado que “Granada cuenta con un enorme potencial como destino de turismo de congresos y organización de eventos, ámbito que también se ha destacado en los encuentros vinculados a la investigación y al ámbito tecnológico, en el que Granada demuestra liderazgo”.

Así, “el turismo de congresos, el sector MICE, ha crecido un 78% en 2024 en nuestra ciudad, con 283 eventos que han reunido a más de 110.000 asistentes y han generado un impacto directo de 121 millones de euros”, destacando eventos como “la celebración de la Gala de Los Goya, que ha dejado constancia otra vez más de la capacidad de Granada para celebrar grandes eventos multitudinarios y ha respaldado nuestra Candidatura a Capital Europea de la Cultura en 2031. Y es que, la inversión en cultura, que este año se ha vuelto a incrementar en el presupuesto hasta casi los 5 millones de euros, nos posiciona como un referente en el panorama cultural europeo, atrayendo viajeros culturales”, ha agregado Carazo.

La regidora, además, ha destacado el proyecto Granada-Smart, una iniciativa con un presupuesto de 1.989.854 euros que transformará la gestión turística de la ciudad a través de soluciones tecnológicas inteligentes.

Acción Comercial

Este jueves también ha arrancado, de la mano de Cámara Granada y la Oficina Económica y Comercial de España en Nueva York, la acción comercial de empresas granadinas del sector agroalimentario. El objetivo, tal y como ha señalado el director gerente de la Cámara, Joaquín Rubio, es facilitar un conocimiento profundo, “tanto de actores relevantes de esos sectores como del funcionamiento de esos mercados”.

En ese sentido, y gracias a la colaboración con la Cámara de Comercio de España en Nueva York, los empresarios del sector agro están manteniendo contactos directos, tanto con importadores de productos españoles en Estados Unidos como con empresas que están comercializando dichos productos en la capital neoyorquina.

“En el caso de los productos agro, es importante conocer que buena parte de ellos se comercializan en Estados Unidos a través de canales gourmet o de alta calidad, lo que puede determinar la estrategia para nuestras empresas”, ha señalado Rubio, para quien, en todo caso,

"nuestro objetivo tiene que ser que los productos de Granada se conozcan y que nuestras compañías se posicionen como firmas de referencia".

Video Lse

