

Se inicia la elaboración del plan estratégico que definirá el modelo turístico de la provincia para la próxima década

La diputada Marta Nieves ha señalado que el documento “permitirá establecer las estrategias de desarrollo, promoción, comunicación y comercialización”

martes 08 de octubre 2024



La vicepresidenta segunda y diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nieves, ha dado a conocer hoy al Consejo Provincial de Turismo el inicio de los trabajos de redacción del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Granada 2025-2035, “un documento que sentará las bases del nuevo modelo de futuro del turismo granadino y establecerá las directrices para que el desarrollo turístico de la provincia busque la competitividad y la sostenibilidad medioambiental y, paralelamente, pueda lograr un incremento en los beneficios económicos y sociales”.

En la segunda reunión del Consejo Provincial de Turismo tras su constitución por la Diputación de Granada en noviembre del año pasado, Nieves ha informado a sus miembros de los detalles del nuevo plan, a cuya licitación han concurrido una veintena de empresas y ha sido adjudicado por el Patronato Provincial de Turismo a la consultora multinacional KPMG. La diputada ha señalado que “la realización de este documento es una de las prioridades de la legislatura, ya que permitirá conocer la realidad turística de la provincia, definir el modelo turístico para el futuro y establecer las estrategias de desarrollo, promoción, comunicación y comercialización”.

La labor de redacción ha comenzado ya, tras su adjudicación a principios de septiembre, y estará concluido en los primeros meses de 2025. Analizará las características de la oferta y de la demanda turística de la provincia, su entorno competitivo, así como las principales tendencias de la industria turística en el contexto global.

A partir de este análisis se realizará un diagnóstico de la situación actual del sector turístico granadino y del territorio como destino turístico, identificando oportunidades para la mejora de su competitividad, y permitiendo así establecer las bases del futuro modelo turístico de desarrollo de la provincia de Granada acorde a la situación real y a las necesidades concretas del destino.

Marta Nievas ha recalcado que el Plan Estratégico de Turismo para la próxima década surge como una herramienta necesaria para afrontar una serie de desafíos fundamentales: “La globalidad de los mercados y la competitividad entre los destinos; la diversidad de la provincia de Granada, que hace que las fórmulas que sirven para una zona o para un segmento no sirvan para las demás; los cambios que se avecinan ante los relevos generacionales; la lucha contra problemas como la masificación, gentrificación y pérdida de sostenibilidad de determinadas zonas; y el reto de la transformación digital”.

Por otro lado, existen asuntos que demandan una reflexión profunda dentro del plan, como el rol del Aeropuerto Federico García Lorca y la conectividad del destino con otros aeropuertos de referencia, la lucha ante el reto demográfico o la distribución de los flujos turísticos de los lugares más demandados a otras zonas de la provincia.

La diputada ha adelantado que será un documento vivo, que se irá adaptando a la realidad cambiante, y “el plan final será fruto de un proceso participado por las administraciones, los empresarios y los agentes representantes de los distintos subsectores implicados en el turismo granadino, ya que su implicación será clave para alcanzar los resultados esperados”.

Marta Nievas ha destacado que “el nuevo modelo de desarrollo turístico que surgirá de este plan debe ser entendido por el sector como una oportunidad para consolidar los logros alcanzados hasta el momento, así como para impulsar un conjunto de iniciativas y actuaciones en diversos ámbitos de actividad que sitúen al destino en una posición destacada para afrontar con éxito los retos futuros del turismo. Y para ello se propone trabajar más intensamente la demanda turística, aunando los esfuerzos de los agentes de la provincia en su captación y en el entendimiento y satisfacción de sus necesidades”.

Asimismo, este nuevo modelo debe dar respuesta a un mercado turístico cada vez más complejo. Para que eso será necesario un modelo innovador de promoción que trabaje desde una perspectiva global en todas las fases que componen el viaje turístico (pre-viaje, la estancia en el destino y el post-viaje) con el fin último de conseguir el entendimiento del destino y de su oferta por parte del mercado turístico; atraer y ofrecer una experiencia valorada por el turista en el destino y conseguir que vuelva. Todo ello procurando la singularidad del producto (como vía principal para la diferenciación y la desestacionalización del destino), la calidad en la prestación

del servicio y una mayor cualificación de los profesionales involucrados en el desarrollo de la actividad turística.

La Diputación de Granada mantendrá informado sobre la evolución de los trabajos de elaboración del nuevo plan al Consejo Provincial de Turismo, un órgano de carácter consultivo que garantiza la representación del sector público y privado en la gestión y promoción turística de Granada. El Consejo del Patronato da voz en su estructura organizativa a 36 administraciones, instituciones, asociaciones y empresas de la provincia, con el fin de propiciar el entendimiento y el diálogo social que permita desarrollar estrategias y políticas turísticas, rentabilizar los abundantes atractivos y recursos de Granada y contribuir a que de forma efectiva y sostenible la excelencia turística sea una realidad constatable.

Video Lse

