

Fecha: 31 de Enero de 2005	Cliente: Universidad de Granada	Publicación: Ideal Digital
--------------------------------------	---	--------------------------------------

ideal digital

Lunes, 31 de enero de 2005

[Webmail](#) | [Alertas](#) | [Envío de titulares](#)

[PORTADA](#) | [ACTUALIDAD](#) | [ECONOMÍA](#) | [DEPORTES](#) | [OCIO](#) | [TUS ANUNCIOS](#) | [SERVICIOS](#) | [CENTRO](#) | [COMERCIO](#)

OPINIÓN

[SECCIONES]

- Local
- Costa
- Provincia
- Andalucía
- Opinión
- España
- Mundo
- Vivir
- Televisión
- Titulares del día
- Especiales
- [MULTIMEDIA]
- Gráficos
- Galerías
- Imágenes
- [SUPLEMENTOS]
- Expectativas
- Llave Maestra
- [CANALES]
- Agricultura
- Atramentum
- Bolsa Directa
- Cibernauta
- Ciclismo
- Cine Ideal
- Descargas
- Entrevistas
- Esquí
- Formación
- Infantil

TRIBUNA

¿Turistas? Cómo y para qué?

UAN ALBERTO ARAGÓN CORREA/DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE LA [UNIVERSIDAD DE GRANADA](#)

[Imprimir](#) [Enviar](#)

EL desarrollo de la Feria Internacional del Turismo (FITUR) de Madrid se convierte anualmente en una magnífica oportunidad para reflexionar sobre temas turísticos. Este sector parece destinado a ser el principal ámbito de especialización de la economía española y, ya en la actualidad, junto con la construcción, constituye uno de los motores principales de nuestra economía.

La provincia y la ciudad de Granada no son ajenas a esa situación que exige importantes y renovados esfuerzos. Las autoridades y los medios de comunicación suelen destacar con vehemencia el número de turistas en la ciudad, la Alpujarra, la Costa Tropical o las cuevas. El logro parece ya mayúsculo cuando se habla de afluencia récord a la Alhambra o a Sierra Nevada.

No obstante, desde el punto de vista económico, es muy importante no centrar el tema en cuántos vienen sino más bien en cuánto dejan. Los turistas deben contar con una oferta apropiada, incluyendo un trato humano de primer nivel, orientada a hacer más placentera su visita y, al mismo tiempo, más rentable para las zonas que visitan.

La obsesión por el número de visitantes lleva en ocasiones a olvidar que buena parte de los turistas que llegan a la Alhambra (especialmente aquellos que lo hacen en visita colectiva organizada) no realizan absolutamente ninguna contribución a la ciudad. De la misma forma, un esquiador que visita Sierra Nevada en un día de gran afluencia centrará su gasto en comprar a Cetursa su correspondiente fort-fait y, si acaso, un bocadillo al mediodía. Además, la masificación suele ahuyentar visitas prolongadas o estrictamente de placer y, sobre todo, no invita a volver.

Conseguir que los turistas supongan una aportación real a la economía granadina necesita de unos programas específicos de actuación. El objetivo último debe ser que el turista tenga los incentivos suficientes para prolongar su visita y desarrollar acciones fuera de un circuito cerrado. En este sentido es especialmente importante conseguir un aumento del número de noches que cada turista pasa en la zona puesto que es alrededor de las mismas cuando se producen los mayores

BU

ID

Ho

ok

IN

ok

Fecha: 31 de Enero de 2005	Cliente: Universidad de Granada	Publicación: Ideal Digital
IndyRock	beneficios económicos en la ciudad. Sin embargo, no basta con los planes y las buenas intenciones, es necesario actuar.	
Legal		
Libros	A título de ejemplo, el logro de que la compañía aérea Ryanair vuele a Granada desde destinos internacionales supone una de las mejores gestiones que se podían hacer para el turismo granadino y el pago a la compañía en forma de publicidad en los vuelos puede ser una opción muy rentable si se aprovecha convenientemente. Los viajeros de esta aerolínea viajan sin paquetes cerrados por tour-operadores, lo que deja un margen amplio para su canalización. No obstante, muchos de ellos aprovecharán su vuelo barato a Granada para inmediatamente marcharse a otras zonas andaluzas.	
Lorca		
Meteorología		
Moda		
Motor		
Mujer Hoy		
Planet Fútbol		
Reportajes		
Televisión		
Todotrabajo		
Vehículos de Ocasión	Es importante pensar de forma inmediata en planes para promocionar Granada en las ciudades y regiones desde donde comenzarán los vuelos. Es necesario que se ofrezcan allí opciones y programas para cubrir estancias en Granada de entre tres y diez días. Sería interesante completar la oferta de información a su llegada al aeropuerto. Es imprescindible que de una vez se posibilite el que los turistas puedan alcanzar la ciudad desde el aeropuerto con comodidad, tanto en autobuses como en taxis. La oferta gastronómica debe reforzarse y promocionarse partiendo de niveles de reconocimiento que son cada vez más bajos en las principales guías de referencia.	
Viajes		
Waste Ecología		
[PARTICIPA]		
Foros		
Chat	Finalmente, sobre todo, es urgente poner en marcha opciones nocturnas de ocio de calidad. La oferta cultural de conciertos y teatro en torno a artistas locales conocidos en todo el mundo, el flamenco o temas autóctonos debe ponerse ya en marcha y de forma coordinada en forma de semanas y jornadas especializadas. Se posibilitaría así contar todo el año, y todas las noches de la semana, con espectáculos de alto interés para un público que no será masivo, pero que sin duda será agradecido.	
Amistad		
<div style="text-align: right;">Subir</div> <div style="text-align: center;"> <p>© Ideal Comunicación Digital SL Unipersonal CIF B18553883 Registro Mercantil de Granada Tomo 924 Libro 0 Folio 64 Sección 8 Hoja GR17840 C/ Huelva 2, Polígono de ASEGRA 18210 Peligros (Granada) Tfno: 958 809 809</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Contactar / Mapa web / Aviso legal / Publicidad / Política de privacidad / Master de Periodismo / Club Lector 10 / Visitas a Ideal</p> </div>		

