

Exceltur, la asociación empresarial para la excelencia turística, ha publicado recientemente un informe sobre la competitividad de los destinos urbanos españoles del que Granada no sale demasiado bien parada. De las 20 urbes analizadas, nuestra ciudad ocupa el décimo puesto, superada por otras que, a priori, parecen poseer menor potencial turístico. Para establecer la clasificación, UrbanTUR, que así se llama el estudio, analiza y valora múltiples variables, como la variedad de la oferta, la calidad de los servicios, el estilo de vida, la accesibilidad y movilidad, y la gestión estratégica del turismo.

Con este análisis, Exceltur ha querido, aparte de hacer una radiografía de la situación del sector en España, dar un toque de atención a las instituciones públicas y a los empresarios sobre los factores que deben mejorar si quieren seguir siendo competitivos en una industria tan evolutiva como la turística. En las 168 páginas del informe se enumeran las fortalezas y debilidades de cada destino puesto bajo la lupa. Los puntos fuertes de Granada son su posicionamiento de marca (es el tercer destino más buscado en Internet), su evidente atractivo cultural, su envidiable calidad y estilo de vida, la oferta de turismo de idiomas y una moderna planta hotelera, entre otros elementos. Los puntos débiles son, a juicio de los expertos que han redactado el estudio, la carencia de oferta para el turismo familiar, la dificultad de acceso por avión y tren, la baja actividad de turismo de congresos, la ausencia de una gastronomía de calidad, la escasez de eventos musicales y una gestión turística deficitaria.

Estas debilidades, algunas rebatibles como veremos más adelante, otras irrefutables, suponen un tirón de orejas para nuestro sector que nos debería hacer reflexionar. El gran lastre, y en esto acierta de pleno UrbanTUR, es la gran dificultad de acceso que encuentran los turistas que quieren venir a pasar sus vacaciones a Granada. La escasez de vuelos nacionales e internacionales y las malas conexiones por ferrocarril disuaden de manera extraordinaria la llegada de visitantes. La subsanación de esta debilidad es competencia del sector público, que aunque está

GRANADA SÍ ES COMPETITIVA EN TURISMO

JOSÉ FRANCISCO TARIFA
 DIPUTADO DELEGADO DE TURISMO
 VICEPRESIDENTE DEL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE GRANADA




dando pequeños pasos, admítámoslo, no progresa de manera decidida.

No obstante, este lastre en los sistemas de apoyo no echa por tierra que Granada sea una potencia turística a nivel nacional. En general, y desde un punto de vista estrictamente turístico, la ciudad es altamente competitiva en cuanto a la variedad de la oferta que ofrece al visitante; lo es también en la calidad de los servicios turísticos y de los complementarios que presta; y asimismo respecto a los precios que ofrece, tanto en alojamiento como en restauración.

Así lo corroboran los 1,46 millones de turistas que durmieron en hoteles de Granada en 2012 y la situación como el séptimo punto turístico de España en número de visitantes, a años luz de otros más competitivos según Exceltur, como San Sebastián, Bilbao, Santiago de Compostela o Zaragoza.

Además, algunas de las debilidades concretadas por el documento son cuestionables. UrbanTUR penaliza a Granada por no contar con

▲ **Planta hotelera.** Granada tiene una infraestructura hotelera de primer orden. :: GONZÁLEZ MOLERO

un zoo, un parque de atracciones u otras infraestructuras para el turismo familiar. Sin embargo, no tiene en cuenta valores de la oferta complementaria próxima a la capital, como la estación de esquí o el parque natural y nacional de Sierra Nevada. La mala nota en gastronomía es especialmente refutable, ya que usa como vara de medir la nota aplicada por determinadas guías turísticas, que tienden a favorecer la innovación sobre la tradición. La restauración granadina se basa en esta última y en la calidad de los productos y los servicios, con la tapa como una de sus señas de identidad. Según el Observatorio Turístico de la Provincia de Granada, la gastronomía y la restauración fue uno de los factores mejor valorado por los turistas que nos visitaron en 2012, con un 8 sobre 10. Tampoco parece justificable la baja posición en eventos

musicales, visto el prestigio del Festival Internacional de Música y Danza.

Dadas sus fortalezas y que algunas de sus debilidades son discutibles, Granada se merecería ocupar una mejor posición dentro de los destinos españoles más competitivos. El brillo de la diversidad y calidad de sus atractivos y servicios turísticos no puede verse eclipsado por unos nubarrones que, en sentido estricto, no son responsabilidad ni competencia del sector, aunque afectan de manera directa a su desarrollo. No obstante, debemos tomar buena nota de los resultados plasmados en el informe de Exceltur y tanto las instituciones públicas como los empresarios del sector estamos obligados a seguir trabajando conjuntamente para obtener ventajas competitivas de las oportunidades que crean nuestras fortalezas, minimizar las amenazas que surgen de nuestras debilidades y afrontar el futuro con optimismo.

¡Granada es y lo seguirá siendo competitiva en Turismo!