

Administración e instituciones invertirán 21 millones para estudiar el turismo en Granada

LOLA ARCO IDEAL

GRANADA 9-11-93

El presidente del Patronato Municipal de Turismo, Antonio India, firmó anoche un convenio con trece instituciones granadinas para estudiar el mercado turístico de la provincia y sus carencias, así como la orientación que deben seguir las actuaciones del sector.

El estudio costará más de 21 millones de pesetas, de los que 6 aportará el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo; 4,2 millones el Patronato Municipal de Turismo, 8 millones a partes iguales entre Cetursa, La General, el Ayuntamiento de Granada y la Mancomunidad de Municipios de la Costa Tropical. El resto lo sufragará Iniciativas Leader Alpujarra con un millón, Consorcio del Poniente Granadino, 6.000.000 pesetas, Caja Rural y Cámara de Comercio 500.000 cada una, el Ayuntamiento de Baza 300.000 y el de Lanjarón 100.000 pesetas.

Esta iniciativa surgió a raíz de una línea de subvenciones que el Ministerio de Industria, Comer-

cio y Turismo creó en el 92 con el fin de mejorar la calidad y competitividad de nuestra oferta turística. El Patronato Provincial comenzó a movilizarse, consiguiendo que una Orden del 19 de agosto de ese mismo año hiciera pública la concesión de 6 millones de pesetas que servirán para conocer y mejorar la competitividad del turismo en Granada.

La Comisión Permanente del Patronato acordó en su última reunión encargar el trabajo, que debe estar terminado en septiembre del 94, a la consultora Carlos Gil y Gil Asociados. —Marketing Systems— con sede en Torremolinos.

Antonio India destacó la importancia de este estudio, que revelará las principales deficiencias del sector en la provincia de Granada. También se refirió a las posibilidades de las distintas comarcas, «en principio pensamos que toda la provincia es vendible como tal, pero también son importantes comarcas como Guadix, Baza o Montefrío, entre otras. El estudio nos demostrará si estas percepciones que a nivel



GONZALEZ MOLERO

Momento de la firma del convenio entre el Patronato Provincial de Turismo y distintas instituciones granadinas.

político tenemos, son vendibles y si existe mercado», asegura India.

El presidente del Patronato reconoció que las actuaciones de este organismo se realizan siempre con buena voluntad, pero a veces no están bien orientadas. Por esta razón el Plan de Marketing, Estratégico y de Competiti-

vidad del Turismo en la provincia supone un avance cualitativo y la profesionalización de las actuaciones del Patronato, sobre todo de cara a la búsqueda de mercados.

También se han firmado los acuerdos entre el Patronato Municipal de Turismo y la Mancomunidad de Municipios de la

Costa Tropical, Iniciativas Leader Alpujarra y el Consorcio del Poniente Granadino para editar tres folletos sobre La Costa, La Alpujarra y el Poniente Granadino formado por los municipios de Loja, Alhama y Montefrío. El 50% del coste será financiado por el Patronato y el resto correrá a cargo de los citados organismos.