

## Turismo

# El Plan de Actividades del Patronato Provincial cuenta con un presupuesto de 55 millones para 1994

Más de 55 millones de pesetas destinará el Patronato Provincial de Turismo de Granada al más ambicioso y completo plan de actividades de toda su historia, aprobado hace unos días por el Consejo General para el presente año de 1994. El vicepresidente ejecutivo del Patronato, Manuel Pérez Cobos, declaró a IDEAL su satisfacción por este plan «que permitirá un trabajo promocional profesionalmente concebido para conseguir el máximo rendimiento a los recursos económicos disponibles una vez concluido el plan de saneamiento económico del Patronato realizado durante el pasado ejercicio».

JOSE LUIS ENTRALA  
GRANADA

Expuso Pérez Cobos que se ha hecho un enorme esfuerzo en el capítulo de publicaciones con la reedición corregida y actualizada del «Manual de Ventas» que es una obra destinada exclusivamente a los agentes de viajes donde encuentran direcciones, datos, nombres y cifras de todos los que en Granada y provincia trabajan para el turismo. También aborda, por primera vez el Patronato de Granada la edición del folleto provincial en japonés en número suficiente de ejemplares para atender debidamente este importante mercado que ha hecho de Granada uno de sus puntos preferidos en Europa.

El vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo recordó que «dentro de los planes de acción concertada hemos elaborado ya los folletos dedicados a la Costa Tropical, Poniente granadino y Alpujarra. En 1994 está prevista la edición de otros para Guadix, el Marquesado, Baza y los pueblos del altiplano, en el Noreste de la provincia». El modo operandi de este sistema de acción concertada consiste sencillamente en dividir mitad por mitad los costos entre el Patronato y las entidades locales.

Otro de los puntos resultantes del Plan de actividades es el correspondiente a las promociones directas ante agentes de viajes y medios de comunicación de ciudades que se consideran importantes emisores de flujos turísticos hacia Granada. Insistió Manuel Pérez Cobos en el éxito del último de estos viajes realizado por la zona de Levante «donde

*Patronato y empresarios colaboramos codo a codo en un trabajo conjunto de enorme eficacia, por lo que en 1994 queremos continuar en esta línea, siempre de acuerdo con el sector privado del turismo granadino».*

## Los viajes de familiarización

Capítulo promocional de extraordinaria importancia que consiste en traer agentes de viaje y periodistas para que comprueben en directo nuestra oferta turística. Se han previsto 14 grupos de agentes y otros tantos de medios de comunicación, con un tratamiento más individualizado. La colaboración de hoteles y restaurantes, tanto de la capital como de toda la provincia, permiten ampliar esta actividad hasta cifras impactantes en cuanto a calidad y cantidad de intermediarios turísticos visitantes. Los expertos consideran que esta modalidad de promoción tiene un alto porcentaje de eficacia ya que es, dicho sea en términos deportivos, como «jugar en casa».

En cuanto a la selección de los invitados, el Patronato cuenta casi siempre con la valiosa ayuda de las 28 Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero que conocen el medio geográfico donde residen y saben quién y cuándo debe ser invitado.

## Las ferias

La proliferación de certámenes feriales turísticos a nivel mundial hace necesaria una cuidadosa selección. Granada acude siempre dentro de los espacios reservados por Andalucía y Turespaña en las ferias extranjeras. En principio el Plan de este año incluye la

PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE GRANADA	
PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES PARA 1994	
1. Promociones en mercados de origen...	14.350.000 Ptas.
2. Promociones en Granada y provincia...	4.480.000 Ptas.
3. Promociones con medios de comunicación	5.840.000 Ptas.
4. Publicaciones	25.900.000 Ptas.
5. Estudios e investigaciones	2.700.000 Ptas.
6. Otras actividades promocionales	1.770.000 Ptas.
<b>TOTAL</b>	<b>54.840.000 Ptas.</b>

presencia granadina en Milán, Berlín, París, Londres, Bruselas y las ferias españolas de Madrid, Barcelona y Bilbao, aparte, por supuesto, del I Foro del Turismo Andalúz a celebrar en la Feria de Muestras de Granada.

Otro de los sistemas más utilizados para la promoción turística es mediante la presencia en Seminarios internacionales que organizan Turespaña y Turismo de Andalucía y que centran su interés en el contacto personal con destacados profesionales del país donde se celebran. En este año de 1994 Granada estará presente de esta forma en Seminarios a celebrar en Italia, Inglaterra, Alemania, Gran Bretaña, Francia, etc.

## Los viajes de promoción

Son una auténtica «invasión» granadina en determinadas ciudades elegidas por su potencial emisor. La expedición del Patronato Provincial de Turismo se integra con empresarios y profesionales del sector que «venden» su producto concreto ante los grupos numerosos y motivados de agentes de viaje previamente convocados y «presionados» en una labor sorda pero indispensable para conseguir audiencias nu-

merosas. Germán Alarcón, gerente del Patronato, resalta el alto grado de colaboración conseguido con la Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo, gracias a la cual Granada es modelo a seguir en esta actividad que este año se repetirá, según lo que se decida definitivamente entre Patronato y empresarios, en las ciudades de Madrid, Barcelona, Vigo, La Coruña y Badajoz.

## Publicaciones

Son prácticamente 26 millones de pesetas los presupuestados por el Patronato para publicaciones turísticas. Además del Manual de Ventas y los folletos para la zona del altiplano, la lista incluye como principal novedad la edición de publicaciones informativas de carácter temático en lugar del geográfico habitualmente utilizado. De esta forma habrá folletos sobre «Gastronomía y Fiestas», «Monumentos y artesanía», «Pesca» y «Rutas Turísticas». Todos ellos en varios idiomas y con tiradas variables según la temática.

También se ha previsto un folleto para los numerosos congresistas que celebran sus reuniones en Granada y que será realizado en colaboración con la «Comi-

sión Empresarial de Promoción de Granada como ciudad de Congresos».

También son novedad los carteles previstos para complementar los correspondientes al año pasado y que siguen una línea similar en cuanto a contenidos con los folletos anteriormente descritos.

## Medios audiovisuales

La enorme demanda de fotos, diapositivas y vídeos sobre distintos aspectos turísticos provinciales exige una amplia disponibilidad de material. Revistas de todo el mundo, turoperadores para sus folletos de ventas y otros organismos hacen una excelente promoción con las imágenes que se les mandan. Por eso el Patronato Provincial de Turismo incluye en el Plan de actividades de este año un importante aumento de su fototeca y videoteca, aparte de acciones concretas para distribuir dicho material en los lugares más destacados y masivamente reproducido en sus imágenes más solicitadas.

## Estudios e investigaciones

Está en marcha el Plan de Marketing turístico de la provincia de Granada que, como saben nuestros lectores, se está realizando con la colaboración económica y apoyo logístico de entidades y organismos públicos y privados.

En este orden de cosas el Patronato quiere acometer un programa técnico con vocación de continuidad que permita conocer con la mayor exactitud posible las cifras del turismo granadino. Estadísticas sobre procedencia de nuestros visitantes, ocupación, preferencias y fallos del sector serán de enorme utilidad para quienes hacen del turismo su profesión y su negocio. Este es el programa que se inicia este año con todas las dificultades que lleva consigo pero también con la esperanza de contribuir con una herramienta de máxima utilidad al desarrollo de nuestra primera fuente de empleo e ingresos.