

Clúster Turístico de Granada — Reposicionamiento de Destino Financiado por Compete Caribbean (2013–2015)

City Innovation Library · Buena práctica · Granada

Puntuación de calidad: 57/100

Solidez de la evidencia: Moderada

Resumen

Una campaña de marketing financiada por Compete Caribbean ayudó al clúster turístico de Granada a aumentar llegadas ~30% entre 2013 y 2015 (~88.000 a 136.000), aunque evaluadores independientes señalan que un nuevo resort Sandals en el mismo periodo también impulsó la demanda.

Dimensiones clave

Dimensión	Puntuación
Evidence of impact / measured results	2/3
Transferability / demonstrated replication	2/3
Scalability	2/3
Sustainability / continuity	2/3
Innovation	1/3
Inclusiveness / equity	1/3
Multi-stakeholder collaboration	2/3

Evaluated by C-NAPSE

Fuentes de datos

C-NAPSE web research — consultado el 2026-09-05

Grenada Tourism Authority & Grenada Hotel and Tourism Association, with Compete Caribbean Partnership Facility (IDB) — consultado el 2026-09-05

Caribbean Journal: Grenada Reports 18.4 Percent Increase in Tourist Arrivals — consultado el 2026-09-05

Compete Caribbean Final Evaluation Report (Technopolis Group, 2016), p.64 — consultado el 2026-09-05

Citar — Evidoria. *Clúster Turístico de Granada — Reposicionamiento de Destino Financiado por Compete Caribbean (2013–2015)*. ID persistente: 73644fbe-16d1-45ba-bf2d-45abde7e0a9c.