

Los hoteles andaluces registran 707.000 pernoctaciones y una ocupación del 74,8% en el mejor puente de mayo desde 2009

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, dio hoy a conocer los resultados de la encuesta puntual realizada entre los alojamientos andaluces tras el reciente puente de mayo, sondeo que refleja que los establecimientos hoteleros de la comunidad registraron 707.591 pernoctaciones y un grado de ocupación por plazas del 74,8%.

Rodríguez apuntó que, si bien los datos de este periodo no son directamente comparables con los experimentados en las mismas fechas de años anteriores, al variar la jornada festiva, la ocupación alcanzada en el presente ejercicio es la más elevada desde el año 2009.

En este sentido, señaló que de este modo “se vuelve a poner de manifiesto la fortaleza y la solvencia del destino, su enorme atractivo para el viajero en cualquier oportunidad vacacional y su capacidad para posicionarse con intensidad en el competitivo mercado turístico”.

Indicó además que la evolución en lo que va de año y las buenas cifras que se vienen experimentando, tras los resultados registrados en la pasada Semana Santa, “nos permiten ser optimistas para la próxima temporada alta”. Así, recordó que los niveles alcanzados en la actividad turística a partir de mayo del pasado año “fueron muy altos”, aunque aseguró que se trabajará para superarlos.

Al respecto, hizo hincapié en que los meses de primavera representan “un periodo fundamental para posicionar Andalucía como destino, tanto por los eventos únicos que tienen lugar en estas fechas como por tratarse de un momento clave para la toma de decisión del viajero de cara al verano”.

25 acciones en 13 mercados

Por este motivo, desde la Consejería se llevará a cabo una intensa agenda promocional entre mayo y junio para reforzar la difusión de la oferta andaluza en esta época y tratar de garantizar una elevada afluencia de viajeros durante la temporada alta, con 25 acciones en el mercado nacional y en una docena de emisores internacionales que supondrá una inversión de alrededor de 600.000 euros.

Se intensificará por tanto la promoción en España, como primer emisor para el destino, con acciones dirigidas a la Comunidad de Madrid, Cataluña, País Vasco, Castilla y León y Asturias, así como al propio mercado interno andaluz, el más importante en volumen de viajeros entre los emisores nacionales.

En lo que se refiere a los emisores extranjeros, se desarrollarán actuaciones en el Reino Unido,

Alemania y Francia, los tres principales mercados internacionales para Andalucía; así como en otros tradicionales como Italia, Irlanda, los países nórdicos y Austria.

Por otra parte, el consejero subrayó que se reforzará la presencia en emisores que “ya sea por su lejanía o por su posición emergente aún cuentan con un importante potencial de desarrollo y con un largo camino por recorrer”, en los que se trabajará para mejorar el posicionamiento del destino y hacerlo “menos dependiente de los mercados tradicionales”.

Así, junto a las acciones que tendrán lugar en los países bálticos, Estados Unidos, Brasil y China, Rodríguez quiso destacar la celebración esta semana de la feria ATM de Dubai, considerada punto de encuentro de gran parte del negocio turístico de Oriente Próximo y en la que la delegación andaluza contactará con los principales operadores de este emirato y otros mercados del entorno.

El consejero resaltó que las acciones programadas en estos dos meses “suponen una muestra del esfuerzo promocional de la Consejería y de la racionalización de los recursos para la optimización de los resultados”, con el objetivo de mantener la senda positiva e incidir en la captación de viajeros.

Datos de contacto:

Junta de Andalucía Turismo y Comercio

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Andalucía Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>