



Andalucía

Irresistible atractivo

Pluralidad y atractivo objetivamente irresistible configuran la hoja de ruta de la Junta de Andalucía en su relación con el golf, un segmento considerado desde hace años como estratégico por su elevada capacidad para convertir a esta rica tierra del Sur de España en destino inolvidable tanto para el conjunto de la sociedad española como para segmentos cada vez más numerosos de turistas extranjeros, atraídos como todos por una cultura, un clima, una

gastronomía y unas actividades deportivas y de ocio simplemente únicos. Y es que es ahí, precisamente ahí, donde radica el irresistible atractivo de Andalucía.

Andalucía, todos los días del año

Avalada Andalucía por un clima excepcional que permite desestacionalizar la oferta hasta extremos insospechados, Turismo Andaluz está realizando durante todo 2013 una serie

de acciones promocionales que tienen por objeto acercar la amplísima oferta andaluza a clientes potenciales tanto españoles como extranjeros.

Circunscribiéndose a las iniciativas realizadas nada más concluir el verano –que se ha desarrollado con unos índices de ocupación muy destacados–, la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía ha estado presente en diversas zonas de Europa con el objetivo de propiciar el encuentro directo



tanto con potenciales turistas como con profesionales del sector turístico, como ocurrió, sin ir más lejos, durante la Touristiker Golf Cup, cuatro torneos clasificatorios disputados en las ciudades alemanas de Frankfurt, Hamburgo, Colonia y Munich, con final en Islantilla (Huelva), que ha contado con la participación de cerca de 400 expertos en Turismo del país germano.

Promoción en el extranjero

Golf –y la enorme oferta complementaria que le acompaña– constituyó asimismo el eje central de la acción promocional realizada en la República Checa, Suecia y Holanda. Dirigido en el primero de los casos al público en general y operadores turísticos especializados, el segundo y el tercer destino se centró en torneos de carácter profesional pertenecientes a los Circuitos Europeos Femenino y Masculino,

respectivamente, caracterizados en ambos casos por la gran afluencia de aficionados y de turistas potenciales con destino Andalucía. En Holanda, curiosamente, la acción promocional de Turismo Andaluz contó con la inestimable colaboración deportiva del golfista Miguel Ángel Jiménez, una las imágenes icónicas de Andalucía, que optó al triunfo hasta el último momento antes de ceder en extremis ante el ídolo local Joost Luiten. ✓



Andalucía, para todos los públicos

Propiciar el encuentro directo entre la oferta y la demanda y dar a conocer a los profesionales del sector turístico las posibilidades que ofrece Andalucía en el segmento de golf constituye el eje central de las acciones de promoción realizadas durante todo 2013 por Turismo Andaluz. Mención especial para un dato, los 425.000 turistas anuales que recibe Andalucía atraídos por la incomparable oferta golfística, un visitante, además, muy interesado por productos complementarios como la cultura, la gastronomía o las compras. Para acoger a ese importante número de personas, Andalucía cuenta con más de 100 campos de golf y una oferta hotelera y hostelera de primera magnitud, con capacidad más que

sobrada para ofrecer la mejor de las imágenes incluidos potenciales turistas de países que hasta no hace mucho eran minoritarios. Las cosas, sin embargo, han cambiado, como ocurre con la República Checa. Y es que los establecimientos hoteleros de la comunidad andaluza recibieron entre los meses de enero y julio del presente año 17.693 viajeros procedentes de la República Checa, quienes realizaron 84.241 pernотaciones con una estancia media de 4,76 días. Por su parte, el mercado sueco fue origen de 56.956 viajeros que acudieron a Andalucía en ese mismo periodo, quienes realizaron 246.110 pernотaciones con una estancia media de 4,32 días.