

jueves 19 de octubre de 2017

## Huelva promociona su oferta turística en las principales ciudades del Levante



Descargar imagen

**Más de 300 agentes de viajes y alrededor de 40 empresas de la región participan en esta acción comercial del sector organizada por Turismo Andaluz**

El Patronato de Turismo participa en una acción promocional organizada por la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, a través de la empresa pública para la Gestión del Turismo y Deporte, para llevar las últimas novedades de la oferta turística de la provincia a las capitales de la región levantina.

Del 16 al 22 de octubre,

técnicos del Patronato y representantes de algunas empresas del sector en Huelva como los hoteles Precise Resort El Rompido y el Gran Hotel Coto de Matalascañas, están dando a conocer el destino en las misiones comerciales del sector turístico que Andalucía organiza cada año y en las que participan más de 300 agentes de viajes y alrededor de 40 empresas de las comunidades de Valencia y Murcia, para facilitar el encuentro entre la oferta andaluza y la demanda local.

Castellón, Valencia, Alicante y Murcia acogen esta promoción, denominada Andalucía 360º, que incluye distintos talleres de trabajo dirigidos a profesionales del sector y una acción al consumidor final.

La promoción ha tenido lugar el 16 de octubre en Castellón; el 17 en Valencia; el 18 en Alicante y hoy, día 19, en Murcia. Asimismo, durante el fin de semana (21 y 22 de octubre) se desarrollará en la ciudad de Valencia la acción directa al consumidor.

El formato de los talleres de trabajo incluye workshops, presentaciones del destino, cóctel-cena con gastronomía andaluza, el juego 'Andalucía Intensamente' y una entrega de premios.

En cuanto a la acción directa al consumidor, se ha elegido la capital valenciana por tratarse del principal foco emisor de turistas hacia la región, y en ella se plantearán distintas actividades dinámicas y participativas, apelando a la cercanía de la nueva campaña de comunicación 'Intensamente' y mediante el uso del marketing experiencial, con el objetivo de conseguir el mayor número posible de impactos y generar emociones que posibiliten la reserva de estancias en Andalucía.

La provincia se presenta como un destino abierto todo el año, ofreciendo una muestra de productos segmentados, con especial atención a la gastronomía y las rutas del Jabugo y del Vino del Condado y pretende conectar con las emociones del consumidor a través de marketing online y offline.

En 2016, más de 800.000 viajeros procedentes de la zona levantina se alojaron en los establecimientos hoteleros andaluces, con crecimientos del 6,8% en el caso de la Comunidad Valenciana y del 8,7% en el de la Región de Murcia. Las pernoctaciones ascendieron a 1.874.930, con una cuota del 12,8% y del 27,3% del mercado nacional, respectivamente.

Ambas comunidades, por la cercanía geográfica y las buenas conexiones con Andalucía, resultan prioritarias en el Plan de Marketing de la Junta.