

## TURISMO

# Andalucía atrae 714.000 estancias en Navidad tras un repunte del 10%

● Los hoteleros han superado sus expectativas, según un informe de la Junta

I. Touat MÁLAGA

Andalucía ha vuelto a confirmar su pujanza como destino turístico durante el periodo navideño. Los hoteles y casas rurales andaluzas sumaron 714.592 pernoctaciones durante la pasada semana de Navidad (del 25 al 31 de diciembre). Este dato supone un incremento del 10,5% de estancias respecto al mismo periodo del año 2012, según la Encuesta Puntual de Ocupación (EPO) realizada por la Consejería de Turismo y Comercio.

El informe de la Junta señala que se ha ocupado el 47,3% de las plazas que reúnen ambos tipos de alojamiento, porcentaje superior en 1,9 puntos al del año anterior. Los establecimientos hoteleros han sido los que más han contribuido al crecimiento (2,3 puntos más), ya que las casas rurales han registrado un descenso de 6,8 puntos en su grado de ocupación.

Por zonas, el litoral de la comunidad ha sumado el mayor número de pernoctaciones (82,5%), y destaca, como es habitual, la provincia de Málaga, que ha conta-



Turistas y curiosos visitan un belén instalado en un patio.

O. BARRIONUEVO

bilizado el 42,7% de las estancias, lo que supone más de 300.000 pernoctaciones. Son las provincias de Málaga y Granada las que han registrado mayores grados de ocupación, con el 59,6 y el 54,9%, respectivamente. Le siguen Sevilla, Córdoba y Cádiz, todas ellas con ocupaciones superiores al 40% del total de plazas ofertadas esta Navidad.

Por tipología de alojamiento, los hoteles andaluces han conseguido los mejores resultados durante este periodo, captando un total de 695.000 pernoctaciones,

lo que supone un aumento del 11,7% respecto a las Navidades de 2012. Destacan además los establecimientos de cuatro y cinco estrellas, que han conseguido captar el 65% de las estancias hoteleras. La ocupación de estos alojamientos alcanzó el 48,4%, superior en 2,3 puntos a la del mismo periodo del año anterior.

Por provincias, de nuevo Málaga, con una ocupación del 60,4% de sus plazas hoteleras, y Granada, con el 55,8%, son las que han conseguido mejores resultados, seguidas de Córdoba (49,6%),

Sevilla (46,6%), Cádiz (40,7%), Almería (38,5%), Huelva (24,3%), y finalmente Jaén, con un 20,4% de plazas ocupadas en sus hoteles.

Estos datos superan las expectativas mostradas por el sector en la semana previa a las Navidades, que se situaban en un 43,6% de ocupación media para los hoteles andaluces.

Las casas rurales ponen la nota negativa. Se han registrado un total de 19.491 pernoctaciones, lo que supone descenso del 21% respecto al mismo periodo de

2012. Destacan las provincias de Málaga, Granada y Córdoba, que superan las 3.000 estancias. El grado de ocupación de esta tipología de alojamiento se situó en el 25,4% de media, alcanzando el 51,2% el día 31 de diciembre.

En esta variable, destaca la provincia de Granada, que consiguió una ocupación de sus casas rurales del 35,9% de las plazas ofertadas. Le siguen Sevilla (29,2%), Almería (27,5%), Málaga (27,3%), Cádiz (26,5%), Córdoba (22,1%), Huelva (18,8%) y Jaén (17,8%).

## La Junta lleva a Reino Unido la oferta andaluza de turismo náutico

Unos 21.400 atraques de 55 puertos deportivos se promocionan en el salón London Boat Show 2014

R. E. MÁLAGA

La Junta de Andalucía presentará en el salón náutico London Boat Show 2014 una oferta global de 21.400 atraques en 55 puertos deportivos andaluces. Las consejerías de Fomento y Vivienda y Turismo y Comercio participan desde hoy a mañana en el London Boat Show 2014, certamen internacional que reu-

ne a usuarios y operadores de turismo náutico procedentes de las islas británicas y gran parte del resto de Europa.

Se trata de la primera acción que realizan los dos departamentos del Gobierno andaluz en ejecución del convenio que firmaron el pasado diciembre la consejera de Fomento y Vivienda, Elena Cortés, y el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, para la promoción de los puertos deportivos y el turismo náutico en general en el extranjero.

La Junta ha considerado prioritarios los mercados emisores británico, francés y alemán por

la gran afición a la náutica que existe en esos países y por su proximidad a Andalucía.

La comunidad ofrece a estos mercados el aliciente de sus ventajas climatológicas, las condiciones de navegación del litoral y sus comunicaciones, que hacen a los puertos deportivos idóneos tanto para tránsitos como para internavegación y estancia de base.

El convenio firmado por los dos consejerías prevé la presencia de la oferta andaluza en el Salón Náutico de París, el London Boat Show y el Boot Düsseldorf, lo que supondrá una inversión conjunta de alrededor de 60.000 euros.



Puerto deportivo de Caleta de Vélez.

M. CORTÉS