

**ANÁLISIS DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES DE LOS HOTELES
PARA REDUCIR LA ESTACIONALIDAD
El caso de Camboriu – Brasil**

*Adriana Gomes de Moraes
Universidad del Valle de
Itajaí – UNIVALI - Brasil*

Este artículo es el resultado de una investigación realizada en el Balneario Camboriu (Santa Catarina, Brasil) cuyo objetivo fue analizar las acciones promocionales realizadas por las empresas hoteleras. Se verificó que todos los hoteles estudiados cuentan con diferencias de ocupación estacionales e intentan por medio de acciones promocionales captar nuevos segmentos para reducir la estacionalidad. Se observó que entre las nuevas tecnologías la más utilizada es Internet. Además, las empresas recurren a las operadoras turísticas y a las agencias de viaje para difundir sus servicios.

PALABRAS CLAVE: *hoteles, estacionalidad, difusión publicitaria.*