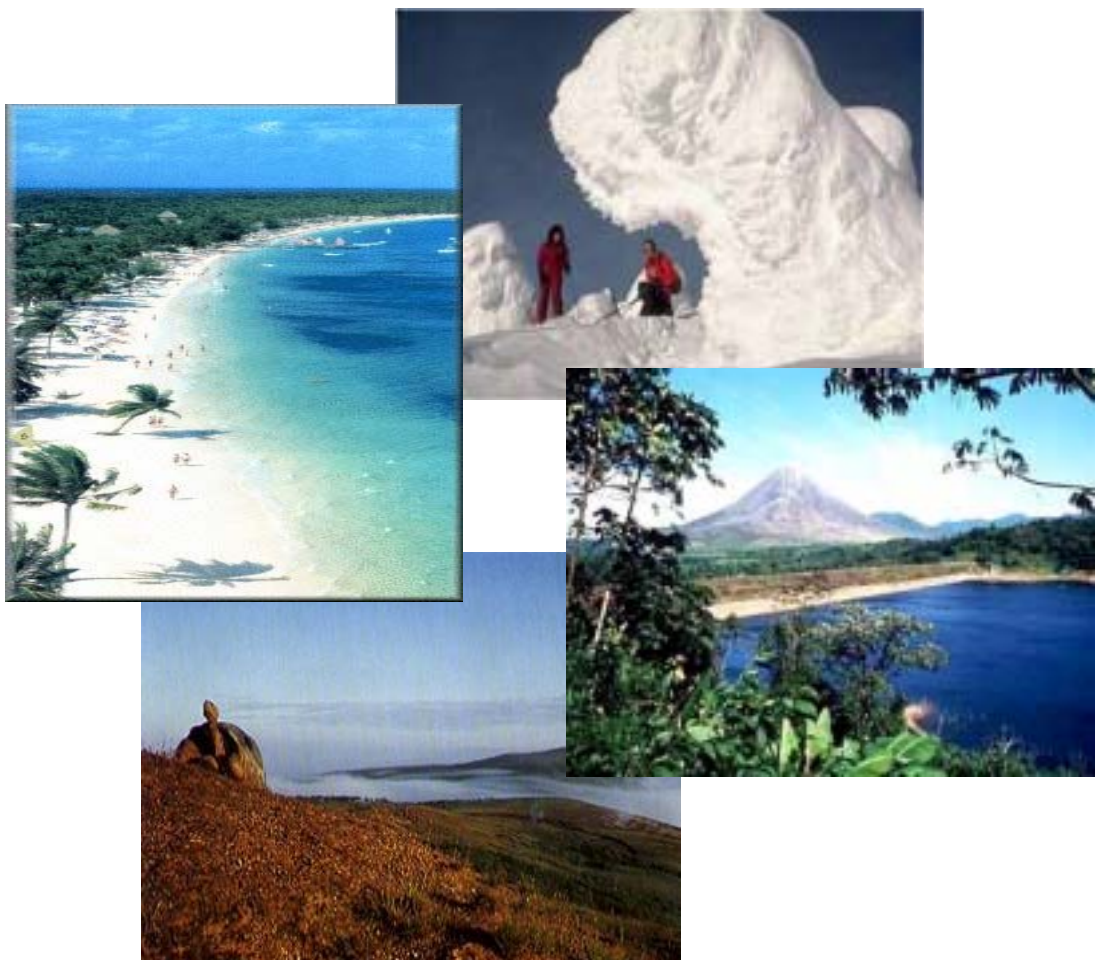


BOLETÍN

HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Número 17 Marzo de 2003



BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Es una publicación mensual editada por la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo, que integra y difunde información relevante de la actividad turística en campos relacionados con el análisis actual y prospectivo del turismo. Número 17, Marzo de 2003, primera edición 26 pp.

Consulta este documento en:

www.sectur.gob.mx
datatur.sectur.gob.mx

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

SECRETARÍA DE TURISMO

Dirección General de Información y Análisis
Dirección de Análisis Prospectivo
Av. Presidente Masaryk N° 172, 2° Piso
Col. Chapultepec Morales C. P. 11580
México, D. F.
Teléfonos: 2581-6379, 2581-6300 Ext. 1603 y 1605
Fax: 5254-2771
E mail:

José I. Casar Pérez

jcasar@sectur.gob.mx

Sergio Molina Espinosa

smolina@sectur.gob.mx

Carolina Chávez Oropeza

cchavez@sectur.gob.mx

La reproducción parcial o total de la información contenida en esta publicación es permitida, citando la fuente.

NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS	3
TECNOLOGÍAS	7
MERCADOS	9
TENDENCIAS	21

**REPÚBLICA
DOMINICANA**

Crece la ocupación hotelera



La ocupación promedio alcanzó el 80% en enero. La Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes piensa que el turismo está recuperándose en la República Dominicana y predice un buen verano. La zona más resistente es Bávaro-Punta Cana, al este, con una ocupación del 92.8%, Romana-Bayahibe, en la costa sur, sigue con un 87.3%. El total de llegadas en enero fue de 256,738 extranjeros, 67, 870 más que las reportadas el año anterior.

Fuente: MSN Hotmail-Message

ECUADOR

El turismo local deja más dinero al país

El 54% de los bienes y servicios turísticos del país (hoteles, restaurantes, agencias de viajes) son utilizados por los propios ecuatorianos. A este segmento se le conoce como turismo interno y sus cifras reales apenas se conocen. Se presentó por primera vez un informe sobre este tipo de turismo. Fue elaborado por el proyecto Cuentas Satélites del Turismo. Durante 2002, esta demanda representó un flujo de USD. \$1 295 900 000. Según los datos del programa, el mayor gasto es el transporte por carretera (41%), seguido de los efectuados en agencias de viaje (18%), hoteles (12%) y restaurantes (10%). Para determinar estos datos, se realizaron encuestas representativas que cubren una muestra de 5.8 millones de ecuatorianos.

Fuente: MSN Hotmail-Message

Ecuador apuesta al turismo para animar su economía

Debido a los altos ingresos que durante el año pasado le generó el turismo a Ecuador, el gobierno de este país planea mejorar su infraestructura turística, atrayendo inversión extranjera a través de un nuevo paquete tributario.

La actividad turística se ha convertido en una “mina de oro” que movilizó internamente 1,296 millones de dólares en el 2002, al tiempo que registró ingresos por 540 millones de dólares generados por los 650,000 visitantes extranjeros que arribaron al país.

Por lo tanto, el turismo –entre el interno y receptor- manejó 1,836 millones de dólares, lo que superó en un 31.8 por ciento a los recursos generados por las exportaciones estatales del crudo y la venta interna de derivados.

Sin embargo, para la ministra de Turismo, Doris Solís, aún no es tiempo de cantar victoria y, por el contrario, es el momento de intensificar la promoción para posicionar a Ecuador como un país turístico que satisfaga a sus cada vez más exigentes clientes, internos y externos.

“Hay que mejorar la calidad de nuestra oferta turística y diversificar las opciones de turismo. Hay que aprovechar el turismo de aventura, comunitario, cultural y el ecoturismo. Áreas en las que el país tiene mucho potencial”, manifestó Solís en una entrevista con Reuters.

Medidas que atraen la inversión

El paquete tributario con el que se plantea darle impulso a esta industria contempla la exoneración de impuestos y aranceles para la constitución de compañías, la transferencia de inmuebles y la importación de materiales y equipos vinculados con la prestación de servicios turísticos.

Además, los turistas se beneficiarían de la reversión de impuestos, una medida inédita en un país que pese a su potencial tiene una presencia pobre en los circuitos turísticos internacionales.

En paralelo a las acciones para atraer la inversión y ampliar la oferta, Solís afirmó que se lanzará una agresiva campaña promocional en los principales mercados --Estados Unidos, Colombia y la Unión Europea—con lo que las visitas podrían duplicarse en los próximos cuatro años.

Ecuador, en sus 256,370 kilómetros cuadrados de superficie, cuenta con cuatro regiones naturales plagadas de paisajes tropicales, manglares, bosques lluviosos, selvas vírgenes, mesetas y volcanes activos cubiertos de nieve.

Las paradisíacas Islas Galápagos continuaron como el principal destino turístico de Ecuador. Las andinas ciudades de Quito y Cuenca se ubicaron detrás por su riqueza arquitectónica y cultural, que las han llevado a ser consideradas como patrimonios culturales de la humanidad.

Fuente: CNNenEspañol.com

Ecuador busca aplicar energía limpia en las Islas Galápagos

Ecuador y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por sus siglas en inglés) acordaron el viernes un ambicioso programa para dotar a las Islas Galápagos de una red de energía renovable que asegure la conservación de una de las reservas con mayor diversidad biológica del mundo.

La iniciativa contempla que, en una década y con una inversión de 25 millones de dólares, las paradisíacas Islas Galápagos se vuelvan autosuficientes energéticamente y reduzcan el uso de los combustibles fósiles que han golpeado recurrentemente su frágil ecosistema.



millones de dólares, las paradisíacas Islas Galápagos se vuelvan autosuficientes energéticamente y reduzcan el uso de los combustibles fósiles que han golpeado recurrentemente su frágil ecosistema.

Las Galápagos, un archipiélago de origen volcánico situado a unos 1,000 kilómetros de la costa de Ecuador, fueron declaradas patrimonio de la humanidad en 1978 por su singular fauna, que cuenta con tortugas gigantes, lobos marinos y aves, algunas de ellas únicas en el mundo.

El programa—que ha estado en análisis desde el 2001—incluye la ejecución de proyectos e inversiones en los sectores de generación eléctrica, transporte, pesca y turismo, las actividades económicas y sociales más contaminantes que se reportan en las islas.

Los esfuerzos serán apuntalados por empresas como la automotriz japonesa Toyota y las firmas energéticas Northern Power System, BP Solar, Stuar Energy y New Energy Capital.

A pesar de sus maravillas naturales, que atraen a miles de turistas anualmente, la energía eléctrica en las Islas Galápagos se obtiene a través de plantas que consumen diesel mientras que otros tipos de combustibles son usados en automotores y embarcaciones pesqueras.

Al amparo del convenio de cooperación, suscrito en Quito, el gobierno de Ecuador y WWF impulsarán el reemplazo de todos los vehículos por modelos de baja emisión de contaminantes, los motores de embarcaciones pesqueras y el reemplazo de los generadores de energía por planta eólicas y solares.

La comunidad ambientalista mundial posó sus ojos sobre las Islas Galápagos luego que un buque cisterna encalló en enero del 2001 y derramó unos 661.500 litros de combustibles en la reserva marina del archipiélago, afectando el ecosistema de cinco de las 13 islas que lo componen.

Tras el incidente, la capacidad de Ecuador para administrar las islas quedó en entredicho, por lo que organismos ambientalistas han exigido medidas para sancionar la pesca ilegal y mejorar los sistemas de transmisión de combustibles, entre otros cambios.

Fuente: CNNenEspañol.com

ESPAÑA

El número de turistas extranjeros que visitaron España en febrero creció 7.5%

El vicepresidente segundo del Gobierno y ministro de Economía, Rodrigo Rato, avanzó que el número de turistas extranjeros que entraron en España en febrero pasado creció un 7.5%, respecto al mismo mes de 2002, así como un 3.6% respecto a enero pasado.

Asimismo, indicó que entre las tendencias detectadas en los últimos meses figura una preferencia del turismo por carretera en detrimento del avión, debido probablemente al efecto de los atentados del 11 de septiembre, así como al abandono de los hoteles en las zonas costeras a favor de las viviendas, algo que Rato achacó a los precios que presentan estos establecimientos.

Destacó además el papel que tienen en los últimos tiempos las compañías aéreas de bajo coste, que trajeron a España a dos de los 42 millones de turistas que llegaron por vía aérea.

De cara al futuro, a juicio de Rato, España debe diversificar sus mercados y apostar por el turismo cultural e idiomático, cuestión esta última para la que el Gobierno destinará 30 millones de euros en 2003.

Fuente: elmundoviaje.com

Madrid Xanadú abrirá sus puertas el 16 de mayo

El complejo de nieve artificial y ocio Madrid Xandú, situado en la localidad de Arroyomolinos, abrirá sus puertas al público el próximo 16 de mayo, confirmó el director general de las instalaciones, Ángel Moreno.

Este nuevo emplazamiento de ocio, que generará 4,000 empleos, contará con 8,000 plazas de aparcamiento gratuitas y su inversión total alcanzará los 400 millones de euros. Estará situada en el kilómetro 23 de la carretera de Extremadura.

La fecha de apertura de esta infraestructura fue concretada por Moreno en la presentación de la zona comercial que albergará el complejo, acto que tuvo como conductora a Inma del Moral. En concreto, Madrid Xanadú englobará a 220 firmas especializadas – algunas nuevas en el mercado español-, 30 restaurantes, un gran hipermercado, 15 salas de cine y bolera, todo ello distribuido en los 184,000 metros cuadrados de superficie que tiene el parque.

También habrá un circuito de karts y un parque infantil, este último con una enorme casa de muñecas, así como servicio de guardería. Se calcula que 25 millones de visitantes acudirán a Madrid Xanadú durante su primer año de apertura.

Pista de nieve



El centro comercial rodea la cúpula donde se encuentra el Parque de Nieve artificial, que abrirá los 365 días del año. Cuenta en total con 24,000 metros cuadrados, de los cuales 18,000 constituirán la pista, de 250 metros de largo y 80 de ancho, con apartados para diferentes niveles de ski, y escuela infantil para enseñar a los más pequeños.

Fuente: elmundoviajes.com

VENTAS ON-LINE

Aumentan las ventas de paquetes de último minuto

De acuerdo con los resultados de un estudio llevado a cabo por Site59 proveedor de paquetes de viaje de último minuto de American On Line (AOL), Cheap Tickets, Yahoo! Travel, Travelocity, American Express, BestFares y varias aerolíneas, hoteles y sitios de viaje en la red, durante enero de 2003 hubo un aumento de 271% en las transacciones de paquetes de viajes de último minuto, en comparación con enero de 2002. Asimismo, los ingresos por este concepto aumentaron un 232% al comparar enero del año en curso con el mismo mes del año anterior.

Los destinos más vendidos en viajes de último minuto durante enero de 2003 fueron, por orden de importancia, Los Ángeles, San Francisco, New York, New Orleans, Miami y Orange County. En enero de 2002 los destinos de mayor venta fueron Las Vegas, Orlando, San Francisco, New York y Cancún.

Según la Travel Industry Association of America (TIA), en el último año dos terceras partes de los adultos estadounidense planearon al menos uno de sus viajes de vacación dentro de las dos semanas previas a su salida.

Fuente: The E-commerce in the Travel Industry Forum

INTERNET A BORDO

Airbus anuncia el éxito de la prueba para instalar Internet en sus aviones

Airbus ha anunciado que las pruebas del sistema de navegación por Internet, Tenzing, en sus aviones, han resultado exitosas, y lo ha considerado una solución abordable y técnicamente posible.

En un comunicado, el fabricante aeronáutico europeo ha señalado que el sistema probado combina equipos y programas informáticos de Airbus, Rockwell Collins y Tenzing, y utiliza las antenas SATCOM de gran capacidad que tienen los aviones y permiten una cobertura mundial.

Hay más de 1,800 aviones en el mundo que disponen de ese tipo de antenas, lo que permite que las aerolíneas ofrezcan servicios de correo electrónico y navegación por Internet para sus pasajeros y lo hagan a bajo precio, según ha destacado la compañía europea de aeronáutica y defensa, que es fruto de la fusión de la alemana DASA, la francesa Aerospatiale-Matra y la española CASA.

Fuente: 5días.com

La Isla Crucero

¿Viajar en una isla flotante de quince pisos, 400 metros de largo y 80 de alto, con capacidad para transportar a 10 mil personas en más de cinco mil apartamentos con todas las comodidades conocidas?

Esta idea ha sido concebida por el arquitecto francés Jean Philippe Zoppini y los astilleros Alstom, con la finalidad de prestar un refinado servicio a los turistas más excéntricos, y millonarios, que deseen un crucero de lujo por el Pacífico sin apenas percibir que están en alta mar.

La isla flotante, denominada AZ (Alstom Zoppini) es de momento sólo un proyecto a la espera de encontrar un mercado. Se encuentra en la fase de exposición y tanteo de posibles clientes.

El interior de la isla flotante, que dispone de puerto propio para acoger a dos ferries de 600 plazas cada uno, dispondrá de una zona offshore (costa playera), casino flotante, apartamentos en time-sharing (tiempo compartido) y otras muchas actividades que constituyen la base de su financiación futura.

La isla flotante es un destino en sí misma y según los especialistas, constituye una de las primeras utopías tecnológicas del siglo XXI, comparable a los sueños de Julio Verne o a las grandes realizaciones de infraestructura que caracterizaron al siglo XX.

De acuerdo con Zopinni, “el proyecto podría albergar restaurantes, cines e incluso un lago artificial”. La construcción se realizará en módulos que se ensamblarán en el agua.

Fuente: milenio.com

MUNDIAL

La economía está al borde de la recesión

El banco de inversiones estadounidenses Morgan Stanley bajó sus previsiones de crecimiento global, advirtiendo que las tensiones geopolíticas empujaron al mundo al borde de la recesión.

La previsión de crecimiento mundial para el Producto Interno Bruto (PIB) en 2003 cayó a 2.5%, contra 2.9% anteriormente, y la estimación para 2004 cayó de 4.0% a 3.8 por ciento.

La situación en Irak, las bajas reservas de petróleo y el paro opositor de dos meses en Venezuela –que afectó su producción petrolera- llevarán el precio del crudo Brent hasta los 40 dólares en marzo, con un repliegue modesto en abril, añadió.

Incluso suponiendo que habrá una caída de los precios del petróleo tras una operación militar exitosa en Irak, los precios del crudo subirían 15.6% en 2003, no obstante, la previsión es que el petróleo finalizará el año a 23 dólares.

Fuente: El Economista

La guerra en Irak será un golpe para el turismo

El secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Francesco Frangialli, señaló que la guerra en Irak constituirá un duro golpe para el turismo, el cual se traducirá en el aumento de las tarifas aéreas, la eliminación de rutas y la reducción de la flota de aviones de las compañías comerciales, la caída de las reservaciones y el despido de miles de trabajadores de la industria a nivel mundial.

Frangialli aseveró que si el conflicto resulta de corta duración, el turismo experimentará un mal menor y limitado, con altas probabilidades de salvar la temporada 2003.

Sin embargo el secretario general de la OMT volvió a recalcar que el turismo ha demostrado que es un sector altamente resistente, ya que la necesidad de viajar se encuentra profundamente arraigada entre los consumidores.

En este contexto, en España los mayoristas del país han alertado que las reservaciones para la próxima Semana Santa se han reducido en un 20%, en comparación a las de la misma fecha del año pasado.

Fuente: elmundoviajes.com

COSTA RICA

Los turistas tendrán que pagar 26 dólares por salir de Costa Rica

La nueva ley de derechos de salida de Costa Rica hará que los extranjeros que deseen partir vía aérea deban pagar 26 dólares (23.66 euros) de impuesto y no 17 (15.14 euros) como hasta ahora, informó el Ministerio de Hacienda.

La medida entrará a regir a partir del 24 de abril próximo, y se aplicará a la mayoría de los 1.1 millones de turistas que según el Ministerio de Turismo visitarán Costa Rica este año. El 75 % de los usuarios de los dos aeropuertos internacionales que tienen el país son extranjeros.

La ley también establece la eliminación del impuesto de 30 dólares (27 euros) que se cobra por la salida por tierra.



Esto beneficiará especialmente a los más de 250,000 nicaragüenses que según el censo del 2000 viven en el país.

A pesar de que el objetivo de la ley era unificar los impuestos de salida de costarricenses y extranjeros en 26 dólares, los nacionales continuarán hasta abril del 2004 con un pago de 43 dólares (39 euros).

Según el ministro costarricense de Hacienda, Jorge Walter Bolaños, la decisión se tomó para no afectar aún más la delicada situación fiscal durante el 2003.

El ministro señaló que las estimaciones preliminares apuntan a que el nuevo sistema de tributo generará al fisco unos 6.7 millones de dólares al año (unos seis millones de euros).

Fuente: elmundoviajes.com

ESPAÑA

La llegada de turistas alemanes a España desciende por tercer año consecutivo

Un total de 10.1 millones de turistas alemanes visitaron en 2002 España, lo que supuso un 6.2% menos que en el año anterior. Es, por tanto, el tercer año consecutivo de descensos de este mercado emisor, según explicó el secretario de Estado de Turismo, Juan Güemes, en una rueda de prensa en la Bolsa Internacional de Turismo (ITB) de Berlín.

Dentro de este descenso del mercado alemán, las Baleares fueron el destino más afectado, ya que sólo un 34% de alemanes –un 14.8% menos- lo eligieron. El 29% se decidió por Canarias –6.6% menos- mientras que el incremento de turistas alemanes lo registraron Cataluña, con un 14.9%, Andalucía, con un 2.1%, y Madrid, con un 2.6%.

En este sentido, Güemes destacó que la “preocupación fundamentalmente” de los turoperadores con los que ha mantenido contactos en la ITB es precisamente la evolución de Baleares, mientras que mantienen un “moderado optimismo” sobre el comportamiento de Canarias en la temporada de invierno, y prevén un desarrollo positivo de la temporada de verano en los principales destinos nacionales a excepción de Baleares.

El secretario de Estado destacó que desde el Gobierno español se va a hacer un “esfuerzo importante” para lograr la reactivación del mercado a corto plazo, de modo que en 2003 invertirá 40 millones de euros, un 37% más que en 2002, en promoción en el exterior. Al mercado alemán destinará un total de 7.2 millones de euros, el doble que en el año anterior.

Esta inversión irá destinada a consolidar el liderazgo que España tiene en el segmento de sol y playa, a poner de manifiesto los productos culturales españoles, poniendo especial atención en el turismo idiomático y en la difusión de ciudades con representatividad en este segmento, como son Madrid o Barcelona. Asimismo, dará a conocer nuevos productos, como el

Museo Picasso que se inaugurará a finales de este año en Málaga, la celebración del Año Dalí en Barcelona o el hecho de que 2004 será Año Xacobeo.

En este sentido, destacó que los turoperadores con los que ha conversado en la ITB le han señalado que España es ya el segundo destino cultural más visitado, por delante de Francia y sólo superado por Italia. Estos, también le transmitieron su valoración positiva de la moderación de precios de los hoteles en España, mientras que indicaron su pesar por el incremento de precios de la oferta complementaria.

Fuente: elmundoviajes.com

El Ministerio de Sanidad y Consumo de España recomienda no viajar a Hong Kong ante la alerta de la neumonía

El ministerio de Sanidad y Consumo ha recomendado no viajar a Hong Kong y a Hanoi (capital de Vietnam) “**si no es estrictamente necesario**”, ante la alerta decretada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) a consecuencia de la neumonía de origen asiático.

La decisión fue tomada ayer en el seno de una comisión interministerial, de la que forma parte además de Sanidad, los departamentos de **Interior, Asuntos Exteriores, Administraciones, además de la Comunidad de Madrid**, por ser el aeropuerto de Barajas en el que se producen los principales tránsitos con el continente asiático, según informó el director de Salud Pública del Ministerio, José María Moreno.

De esta forma, España se une a iniciativas tomadas también por los Gobiernos de **Francia y Reino Unido** hasta que se aclare la situación en torno al origen de esta enfermedad. Por otra parte, Sanidad, en colaboración con AENA, ha empezado a distribuir **cuestionarios en los aeropuertos** a los pasajeros procedentes de estos países para tratar de prevenir casos.

En estos cuestionarios, se les pregunta si padecen alguno de los factores relacionados con el desarrollo de esta enfermedad atípica, principalmente fiebre alta (más de 38°) y uno o más síntomas respiratorios de los siguientes: **tos, disnea o dificultad respiratoria**.

A esto hay que añadir uno o más factores como haber tenido **contacto próximo con una persona diagnosticada con este síndrome** (haber convivido con la persona enferma, o haber estado expuesto a las secreciones respiratorias y fluidos del cuerpo de una persona afectada); o bien haber **viajado a las áreas en las que se han producido casos de SRAS** (China, Indonesia, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam).

La combinación de estos tres factores es poco probable, sin embargo, cuando se den estas circunstancias en una misma persona, se instará al viajero a solicitar atención médica. Además, el comandante del avión deberá **alertar el aeropuerto de destino y a su llegada**, el pasajero enfermo deberá ser atendido por las autoridades de salud para su valoración clínica y potencial derivación asistencial. Toda esta información será distribuida por las aerolíneas.

Todavía ningún caso en España

Tras una rueda de prensa con los colegios de Enfermería, Pastor afirmó que hasta el momento no hay **ningún caso sospechoso detectado en España**, aunque no se descarta esta posibilidad.

Según datos de la red de alerta europea, se han detectado **cuatro posibles casos en la UE**, concretamente 1 en Alemania, 2 en Austria y 1 en Reino Unido.

De confirmarse, se sumarían a los **167 cuantificados en todo el mundo**: 1 en Alemania; 8 en Canadá; 20 en Singapur; 95 en Hong Kong y China; 2 en Suiza; 1 en Tailandia y 40 en Vietnam.

Por otra parte, Pastor informó que el Instituto de Salud Carlos III dispone de laboratorios acreditados en bacteriología y virología “de los más importantes de Europa” y los ha puesto en disposición de la OMS para aislar el origen de esta enfermedad.

Fuente: elmundosalud.com

ESTADOS UNIDOS

Baja índice de confianza de Estados Unidos

El índice que mide la confianza de los consumidores en la economía estadounidense, elaborado por la Universidad de Michigan, se estableció en 75 puntos en marzo según la cifra **preliminar**, contra 79.9 puntos en febrero.

Esta cifra, es inferior a las previsiones de los analistas que esperaban que índice se ubicara en 78 puntos en este mes.

El índice de confianza de los consumidores había aumentado 0.7 puntos en febrero.

Por su parte, el Conference Board (CB) ubicó su Índice de Confianza del Consumidor para el mes de marzo en 62.5 puntos, con respecto a los 64.8 puntos **revisados** del mes anterior.

Fuente: reforma.com

TUOPERADO-RES

Thomas Cook entró en pérdidas en 2002 por primera vez en su historia

Thomas Cook, el segundo mayorista alemán de turismo, entró en su último año contable, por primera vez, en números rojos por la debilidad económica en Alemania y la incierta situación en torno a Irak.

El consorcio comunicó hoy que en el año concluido el 31 de octubre pasado registró unas pérdidas después de impuestos de 119.5 millones de euros, y una facturación de 8,100 millones de euros, un 1.1% más. El año anterior, que fue calculado con un sistema contable distinto, había arrojado unos beneficios de 20,4 millones de euros.

Para el año 2002/2003, que concluirá el 31 de octubre próximo, la filial de los almacenes Karstadt y de la aerolínea Lufthansa espera mejorar considerablemente los beneficios, pese a la inercia de la situación geopolítica, dijo su presidente, Stefan Pichier.

Pichier comentó, sin embargo, que por ahora no se divisa el fin de la crisis de confianza del consumidor en la economía europea, especialmente en Alemania, un mercado que calificó de difícil.

Fuente: 5días.com

SEGMENTO DE CRUCEROS

El turismo de cruceros creció en España un 27.7% en 2002

Los puertos españoles recibieron en 2002 un total de 2,67 millones de cruceristas, lo que supone un incremento del 27.7% respecto al año anterior, informaron fuentes de Puertos del Estado.

El 75% del turismo de cruceros españoles se concentró durante el año pasado en el Mediterráneo, cerca del 15%, en el Archipiélago Canario, y el 10% restante estuvo repartido por los puertos peninsulares del Atlántico y Cantábrico.

Asimismo, el tráfico de buques-cruceros por los puertos españoles se situó en 2,881 escalas, lo que representa un crecimiento del 10.7% sobre el año 2001.

Entre las zonas menos favorecidas durante el último ejercicio se encuentra el norte peninsular, con puertos como La Coruña, Gijón y Santander, mientras que Barcelona, Vigo, Bilbao, Bahía de Cádiz o Valencia superaron con creces las cifras del año anterior y, durante los meses de verano alcanzaron ocupaciones cercanas al 100%.

Barcelona registró el mayor volumen de tráfico de cruceros con 843,000 pasajeros y 633 escalas, seguido de Málaga, con 162,000 pasajeros y 250 escalas, y Vigo, con 76,000 turistas y 84 escalas.

Los puertos de Barcelona y Baleares figuran entre los 20 mejores puertos de cruceros del mundo, al ocupar los puestos 12 y 14 respectivamente, mientras que los puertos caribeños ocupan las diez primeras posiciones del ranking, encabezado por Cozumel (México), con 1,9 millones de pasajeros.

Durante 2002, la demanda mundial de cruceros, que se situó en 9.5 millones de pasajeros, de los que 7.5 millones fueron americanos y 2 millones, europeos, aumentó un 8% respecto al año anterior.

Debido a esta desproporción, a la que se añade el reforzamiento de la preferencia a permanecer cada uno en su perímetro, el Caribe acapara el 44% y el Mediterráneo, el 20% del mercado mundial de cruceros.

Sin embargo, gracias a esa diferencia, Europa cuenta con mayores tasas de crecimiento, del 14%, en comparación con la progresión americana, que fue en 2002 del 9% respecto al año anterior.

Por otra parte, a pesar de que el tráfico de cruceros representa en España sólo un 2.5% del total de los barcos entrados en puerto y el 13.5% de los pasajeros que se mueven por sus terminales, el sistema portuario español invertirá entre los años 2001 y 2005 más de 204 millones de euros en actuaciones, cuyo objetivo es la mejora de las instalaciones destinadas a este tipo de transporte.

A las inversiones en obras materiales se suma la campaña promocional, que realizan las Autoridades Portuarias junto a organismos oficiales como la Secretaria General de Turismo y Administraciones Locales y Autonómicas, entre otros.

En este sentido; España participará del 4 al 6 de marzo en la Feria/Congreso de Cruceros de Miami, la más importante de cuantas se celebran en el mundo dedicadas a este tipo de tráfico marítimo.

Desde 1997, los puertos españoles han participado de manera conjunta en el stand "Pabellón español" de 500 metros cuadrados, coordinado por

SECTOR AERONÁUTICO

Puertos de Estado, en tanto que las autoridades portuarias de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas estarán presentes en la feria en el pabellón “Asociación de Cruceros de las Islas Atlánticas”, que compartirá con los puertos de Funchal y Casablanca.

Fuente: elmundoviajes.com

Vasp quiere sumarse al holding Varig-Tam

La Vasp, la tercera aerolínea de Brasil, anunció ayer su intención de participar del holding que quieren crear sus dos principales competidoras, la Varig y la TAM, para enfrentar la grave crisis que vive el sector.

Varig y TAM, las dos compañías aéreas más grandes del Brasil, firmaron un memorándum de entendimiento para la creación conjunta de una nueva empresa, que daría vida a un gigante del sector que cubriría el 80 por ciento del mercado doméstico.

El entendimiento prevé un plazo de máximo hasta el 30 de junio para el análisis de la viabilidad técnica de la operación. Durante ese período, ambas compañías continuarán operando en forma independiente.

El presidente de la Vasp, Wagner Canhedo, afirmó que la compañía quiere ser parte de los esfuerzos por crear ese holding, pero aclaró que la participación de las compañías deberá ser equitativa, cada una con el 33.33 por ciento del capital.

Fuente: www.reporteaeromundial.com

Francia decide privatizar Air France

El gobierno francés dio ayer el primer paso para poner en venta gran parte de la empresa estatal Air France, la aerolínea que simboliza el glamour galo en el aire.

El ministro de Transporte, Gilles de Robien, dijo a los senadores que la privatización sería “paulatina”, y que podría comenzar a “mediados del 2003 o a finales de ese año, tan pronto lo permita el mercado”.

De Robien se pronunció mientras los senadores revisaban un proyecto de ley que autoriza la venta de la participación mayoritaria en el paquete accionario del gobierno en Air France.

El estado posee el 54.4% de la aerolínea, y el ministro dijo el mes pasado que el gobierno de centroderecha quiere vender entre el 30 y el 35%.

Le Figaro informó que el estado pudo haber decidido poner en venta tan sólo el 5% de sus acciones.

Las acciones de Air France se cotizan a unos 9 dólares, de 14,98 cuando salieron a la bolsa por primera vez. El comienzo del proceso de privatización de la compañía se inició cuando se obtuvieron unas ganancias netas de \$ 2.1 millones durante el tercer trimestre del 2002.

Este informe era una muestra clara de la recuperación de la empresa tras la caída de las aerolíneas a raíz del 11 de septiembre, que provocó pérdidas de \$131 millones en la compañía ese año.

De Robien dijo que el estado retendría capital y mantendría su lugar en la junta directiva de la empresa.

Los empleados de la compañía tienen un 12% de la empresa, y podrían adquirir hasta el 15%.

Air France cerró con una deuda de \$3,160 millones el ejercicio que concluyó en diciembre del 2002.

La aerolínea indicó además que su resultado neto en los últimos nueve meses del 2002 fue de 218 millones de euros, un aumento del 43.4 por ciento.

El volumen de negocios durante ese periodo fue de 9,687 millones de euros, es decir, un incremento del 2.1 por ciento.

Fuente: www.reporteaeromundial.com

Swiss suprime 700 puestos de trabajo, reduce su flota y cancela decenas de rutas ante el "sombrio clima económico"

La compañía aérea Swiss suprimirá a partir del 30 de marzo un total de 700 puestos de trabajo, cancelará rutas a decenas de destinos – algunos de ellos en España- y reducirá su flota en 20 aviones debido al empeoramiento de la situación económica y la caída en la demanda de sus rutas domésticas y europeas.

El paquete de medidas "de urgencia" aprobado por la junta directiva de Swiss, heredera de difunta Swissair, es "esencial para reaccionar ante la cada vez más difícil situación económica", según fuentes de la aerolínea.

La supresión de **puestos de trabajo** afectará a un total de 700 empleados (sobre una plantilla de 10,000 trabajadores).

Por otro lado, la **reducción de la flota** se efectuará, fundamentalmente, en los aviones que operan las rutas europeas de la compañía.

En cuanto a **las rutas**, los ajustes afectarán a 24 destinos operados desde Zurich, 18 desde Basilea, seis desde Ginebra y dos desde Berna y Lugano. Varias frecuencias entre Suiza y España se verán afectadas por los recortes.

La compañía suiza registró una pérdida neta de 398 millones de euros (582 millones de francos suizos) en los primeros nueve meses de 2002, período en el que el volumen de negocio fue de 2,114 millones de euros (3,130 millones de francos).

Fuente: elmundoviajes.com

Ryanair suspenderá todos los vuelos de Buzz y despedirá a 400 de sus empleados

La compañía de bajo coste Ryanair anunció la suspensión de todos los vuelos de la aerolínea Buzz, adquirida a KLM el pasado mes de enero, así como el despido de 400 de sus trabajadores y la reducción de su flota, que pasará de 12 a ocho aviones.

En los dos últimos años Buzz registró pérdidas superiores a los 30 millones de euros anuales, y en estos momentos está perdiendo un millón de euros semanales, informó Ryanair, que compró Buzz por 22.5 millones de euros.

De este modo, y mientras de adquisición de Buzz está aún sujeta a la aprobación de los reguladores, toda la flota de la compañía holandesa se quedará en tierra por “un periodo mínimo de cuatro semanas”, que dará comienzo el 1 de abril.

Fuente: elmundoviajes.com

United Airlines en problemas

La segunda mayor compañía aérea estadounidense, United Airlines, declarada en quiebra, registró una pérdida neta de 382 millones de dólares en enero, según documentos presentados ante la Comisión de Operaciones Bursátiles.

UAL precisó que disponía a fines de enero de una liquidez por unos 1,800 millones de dólares.

El volumen de negocios se elevó a 1,200 millones dólares mientras que los gastos ligados a la explotación se levaron a 1,500 millones de dólares en enero.

UAL informó haber gastado 9.6 millones de dólares en medidas de reorganización.

Para el primer trimestre de 2003, la compañía pronostica unas pérdidas de 877 millones de dólares, con lo cual admite que existe la posibilidad de dejar de operar.

Según la empresa, las reservaciones de pasajes internacionales en Estados Unidos cayeron un 40%, a causa de la inminente guerra en Irak.

Fuente: EMOL.COM; elfinanciero.com

Continental Airlines dice que los temores a una guerra afectan su negocio

Continental Airlines dijo que prevé una fuerte caída en el número de pasajeros, en una de las primeras señales concretas del impacto sobre las aerolíneas del medio a una posible guerra contra Irak.

La aerolínea con sede en Houston, la quinta en Estados Unidos, dijo en una presentación ante la Comisión de Valores de Estados Unidos (SEC, según sus siglas en inglés) que prevé una caída de 15 puntos en marzo del factor de carga de sus vuelos transatlánticos. El factor de carga mide el porcentaje de asientos disponibles asignados a pasajeros.

Continental sostuvo que la demanda estaba débil en todo su sistema, y que las preocupaciones por un posible conflicto bélico en Irak estaban generado un debilitamiento incluso en las reservaciones de los vuelos transatlánticos de abril.

Las aerolíneas se están preparando para una posible guerra liderada por Estados Unidos contra Irak, que afectaría aún a la demanda de viajes, en caso de iniciarse el conflicto.

En su presentación, Continental también señaló que las operaciones de febrero se vieron afectadas por varias tormentas en el centro y el noreste de Estados Unidos.

La empresa estimó que el impacto financiero de las tormentas fue entre 10 y 15 millones de dólares antes de impuestos.

Continental predijo para este año una pérdida significativa, a causa de la debilidad de la facturación y los elevados costos del combustible.

Además, la empresa informó que estaba perdiendo 1.5 millones de dólares por día y que sus recursos de efectivo podrían representar serios problemas si continúa el declive de los viajes aéreos.

Fuente: CnenEspañol.com

Delta, Continental y Northwest pretenden alianza comercial

Las aerolíneas Delta, Northwest y Continental están proponiendo una alianza de mercadotecnia que le permitiría vender recíprocamente asientos para todos los vuelos de las tres empresas a fin de tratar de mantener competitiva la transportación aérea, anunció el gobierno.

Las tres aerolíneas, que ocupan los lugares tercero, cuarto y quinto en importancia en el país, adoptaron una política de ventas más aguerrida en enero, afirmando que proseguirían con su alianza y que ignorarían las restricciones del gobierno para evitar que ellas dominen la transportación aérea en ciertos mercados.

Pero en lugar de pelear, las aerolíneas se reunieron con autoridades del Departamento de Transporte y elaboraron una nueva propuesta.

Read C. Van DeWater, subsecretario de aviación y asuntos internacionales, expresó en el aviso oficial que las autoridades de transporte monitorearán a las aerolíneas para asegurarse de que cumplan las condiciones.

Su nuevo plan de "código compartido" propone renunciar a las rentas en las puertas de aeropuertos donde se realizan conexiones de vuelos si una aerolínea mueve las operaciones de vuelo a una puerta utilizada por una de las otras dos.

Las aerolíneas también propusieron introducir dos mil 600 vuelos de código compartido, en forma gradual durante dos años, a las autoridades de transporte, con seis meses de anticipación antes de agregar más.

Las aerolíneas propusieron dar a las agencias de viajes y a las corporaciones la opción de entrar en tratos por separado y de cerrar contratos en conjunto, entre otras acciones.

Fuente: El financiero en línea

American Airlines busca financiamiento por si se declara en quiebra

American Airlines ha hecho consultas sobre la obtención de financiamiento en caso de que se acogiera a las leyes de protección por bancarrota, según algunas fuentes, mientras las asistentes de vuelo de la mayor aerolínea del mundo indicaron que una declaración de quiebra podría producirse antes de lo que se cree.

Una fuente dijo que American busca inicialmente créditos por 2,000 millones de dólares, aunque la cifra podría cambiar.

La fuente subrayó que los créditos similares obtenidos por United Airlines fueron difíciles de lograr, pese a que “tenían un paquete mucho mejor de (garantías) colaterales”.

United Airlines, del grupo UAL y la segunda mayor aerolínea del mundo, se declaró en bancarota en diciembre del 2002, después de que US Airways se acogiera a las leyes de bancarota en agosto.

Otra fuente dijo que las discusiones entre American y las entidades de crédito se encuentran en “la etapa analítica”.

American Airlines ha estado impulsando en forma activa acuerdos con sus sindicatos para recortar costos, como una forma para evitar la quiebra.

Por su parte, la Asociación de Asistentes Profesionales de Vuelo “tiene motivos para creer que el momento de una bancarota de AMR podría ser más temprano que tarde”, dijo su presidente, John Ward, en el sitio del sindicato en la Internet.

También señaló que el sindicato planea reunirse con la gerencia de la aerolínea para hablar sobre un paquete de ayuda para la empresa. Actualmente, los tres grandes sindicatos de American mantienen conversaciones con la gerencia sobre posibles concesiones.

American tuvo una pérdida neta récord de 3,200 millones de dólares en el 2002 y se ha propuesto la meta de recortar 4,000 millones de dólares en costos anuales para seguir a flote.

La empresa ha contratado abogados especializados en quiebras, y una firma de consultoría financiera.

Fuente: CNNenEspañol.com

Anuncia Aeroméxico reestructuración

La principal compañía aérea mexicana, Aeroméxico, prepara una reestructuración de su plantilla, aún por definir, y se dispone a dejar en tierra de tres a cuatro aviones con el propósito de ajustar sus costos de operación, señaló Arturo Barahona, director general adjunto de la empresa.

Esa reestructuración se hará por el difícil entorno económico, sobre todo por el impacto que está provocando en sus finanzas el alto precio en el combustible.

Barahona afirmó que se prevé un recorte de personal, aunque no precisó el número de empleados que serían despedidos, tras indicar que “sí hay una decisión de la compañía de ajustar para responder a lo que está pasando en el mercado”.

La firma CINTRA, administradora de las líneas Aeroméxico y Mexicana de Aviación, obtuvo en 2002 ingresos por 28 mil 660 millones de pesos, es decir unos 2 mil 800 millones de dólares, una reducción de 5.1 por ciento respecto a 2001.

Fuente: reforma.com

Iberia reduce su oferta de vuelos por el clima prebélico

La compañía Iberia ha reducido su oferta un 4% durante marzo y prevé realizar otra disminución de un 3% más de cara a abril, ante el “escenario

prebólico y de incertidumbre” que vive el mundo, indicó el consejero de la compañía, Angel Mullor.

Esta medida, se suma al aplazamiento en la entrega de los tres aviones Airbus anunciado recientemente y que estaba previsto que se incorporaran en este primer semestre para reforzar las rutas europeas, según informó la aerolínea.

“Esta situación de no saber qué va a ocurrir hace que tengamos que **reaccionar cada quince días ante los cambios constantes** que se producen, y no como antes, de año en año”.

Para Mullor el cálculo que se ha hecho en general es que puede registrarse una **pérdida de un 6% de pasajeros transportados** por milla “durante el tiempo que dure el conflicto”, que puede considerarse como una pérdida de un 1.5% al año.

“Nosotros, dijo el consejero delegado, podemos tener mejores resultados en función de que los vuelos de largo recorrido, con Latinoamérica, son prácticamente el 50% del mercado de Iberia, pero desde luego **va a haber compañías que lo van a pasar muy mal**”. “Por ejemplo las americanas pueden pasar de la suspensión de pagos a la bancarrota, y lo mismo puede ocurrir en Europa”, dijo Mullor.

Fuente: elmundoviajes.com

El “efecto Irak” incrementa las tarifas aéreas

La crisis de Irak hace subir el precio del combustible y esta subida a su vez arrastra a las tarifas aéreas. Ya son seis las aerolíneas europeas que han decidido incrementar los precios de sus billetes presionadas por el encarecimiento del combustible. Esta es sólo una de las consecuencias de lo que el sector aéreo ha denominado “efecto Irak”.

KLM y Lufthansa fueron las primeras compañías en anunciar las subidas en sus tarifas. Enseguida se sumaron Austrian Airlines, Finnair, Air France y, en los últimos días, Alitalia.

La subida de KLM se ha materializado en 4.6 euros más en el precio de las conexiones europeas, y en 9.2 más en los vuelos intercontinentales. Lufthansa, por su parte, ha anunciado un aumento en sus precios en torno a un 4.5%.

La compañía finlandesa Finnair aplica desde el día 1º de marzo una subida del 5% en el precio de sus tarifas, mientras que Air France ha aumentado en un 3% el precio de todos sus billetes vendidos en Francia.

Alitalia ha sido la última aerolínea europea, hasta el momento, en anunciar la subida de sus tarifas. La compañía italiana ha aumentado sus precios en seis euros para vuelos nacionales, ocho euros para vuelos internacionales y 12 euros para los intercontinentales. Se libran de esta subida, sin embargo, los precios de los vuelos a Cerdeña, porque operan en un régimen especial de “continuidad territorial”, según fuentes de la línea aérea.

Fuente: elmundoviajes.com

Aerolíneas de EE.UU. dicen que perderían 70,000 empleos si hay guerra

Las líneas aéreas de Estados Unidos podrían recortar 70,000 empleos y perder hasta 4,000 millones de dólares trimestrales si comienza una guerra con Irak y el gobierno no ayuda más al sector, dijeron las mayores aerolíneas del país.

La Asociación del Transporte Aéreo, que representa a las principales aerolíneas, señaló en un informe sobre la situación financiera de las compañías que sus miembros adoptarían medidas enérgicas para contrarrestar una fuerte caída en la demanda de viajes aéreos.

Las grandes aerolíneas buscan ayuda del gobierno para frenar los crecientes costos del combustible y aliviar los impuestos, que acarrearán resultados negativos en sus balances financieros y que propiciaron las pérdidas que aumentaron a un récord de 10,000 millones de dólares en 2002.

En su informe, la industria reiteró que piensa que el impacto de la guerra podría provocar más bancarrotas, u obligar a la liquidación de algunas aerolíneas en frágil situación.

La recuperación del sector tardaría varios años, y los precios de los pasajes caerían aún más para alentar la demanda, agregó la asociación.

Los efectos de la guerra en Irak se han comenzado a sentir en el sector:

- Delta Airlines, la tercera aerolínea en importancia, de los Estados Unidos, informó que recortará sus vuelos en un 12 por ciento debido al menor tráfico de pasajeros, y también prevé disminuir su planta de personal;
- Northwest Airlines también inició un plan de recorte de vuelos y el despido de 4,900 empleados;
- United Airlines cortará el 8 por ciento de sus vuelos;
- American Airlines disminuirá en un 6 por ciento su oferta de vuelos internacionales;
- Continental Airlines recortará 1,200 puestos de trabajo;
- Hawaiian Airlines anunció que se acogía al Capítulo 11 de protección de bancarota, lo cual le permitirá continuar con su proceso de reestructuración iniciado varios meses atrás.
- British Airways recortará, a partir de la última semana de marzo, sus vuelos entre Londres y Nueva York; ya había tomado la decisión de reducir sus vuelos al Oriente;
- Air Canadá suprimirá 3,600 puestos de trabajo hasta finales del presente año;
- Avianca, de Colombia, presentó ante un juzgado de Nueva York una solicitud para acogerse al Capítulo 11 de la ley de quiebras de los Estados Unidos, con la finalidad de protegerse de sus acreedores en tanto desarrolla un plan de reestructuración;
- Finnair eliminará 1,200 empleos durante dos años, como parte de una iniciativa para reducir sus costos en 160 millones de euros anuales;
- Korean Airlines ha cancelado la operación de sus rutas entre Seúl y Varias ciudades del Medio Oriente a partir del 1 de abril, y disminuirá frecuencias de vuelos entre ciudades de Asia y con Nueva York;
- Qantas, de Australia, ha suspendido parte de su oferta desde el país hacia Londres, y ha anunciado un incremento de 3 por ciento en el precio de sus boletos internacionales;
- Singapore Airlines ha suspendido 65 vuelos semanales durante los meses de abril y mayo.

Fuente: CNNenEspañol.com; el financiero; Travel Weekly's Hawai E-Letter; elmundoviajes.com; el Universal Online.

LA COMPETENCIA Y SUS EFECTOS SOBRE EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

La fase de estancamiento de un destino turístico se refleja, fundamentalmente, en una pérdida de competitividad en el mercado y frente a los segmentos que está sirviendo.

En un mercado caracterizado por los rápidos cambios, el ciclo de vida de los productos tiende a acortarse drásticamente. Este fenómeno, presente en todos los productos turísticos, inclusive en los de consumo masivo como los de sol y playa, presiona a la oferta a un constante proceso de ajuste a las condiciones emergentes de la demanda y del mercado en su conjunto.

La dinámica de cambio resulta aún mayor si se considera que prácticamente todos los destinos turísticos internacionales, están permanentemente diversificando sus productos y mejorando sus herramientas de comunicación con el mercado.

La diversificación no es, en el mercado densamente competido de la actualidad, suficiente para asegurar mejoras significativas de la competitividad. Es necesario recalcar la importancia de dotar de singularidad a un destino – en relación con sus competidores - y a cada uno de los productos que lo integran.

En este contexto, destinos de playa que otrora gozaban de una imagen positiva en el mercado han ido envejeciendo, han tenido que cambiar de segmentos de mercado hacia conglomerados de consumidores menos atractivos en términos del gasto que realizan, o bien han sido sustituidos por otros destinos que han logrado desarrollar un posicionamiento más atractivo vinculado con las actuales tendencias del consumo.

Algunos indicadores de declinación de destinos

Existe un cierto consenso en torno al hecho de que ciertos indicadores contribuyen a reflejar la fase de declinación a la que ha entrado un destino turístico.

Sin embargo los datos que pueden ayudar a entender la fase de declive que experimenta el destino, no siempre están disponibles.

Aún así, entre los indicadores que se pueden utilizar para identificar la etapa de declive, se consideran los siguientes:

- el total de visitantes y el número de turistas hospedados;
- la capacidad de generación de efectos multiplicadores de los turistas que arriban al destino;
- el comportamiento de la oferta hotelera por categoría y tipo de establecimiento hotelero;
- el grado de utilización y de crecimiento de la oferta residencial;
- la cuota de mercado con la cual participa el destino;
- el comportamiento del gasto medio;
- caída de los precios de los servicios turísticos básicos;
- la rentabilidad de las empresas;
- el deterioro de las expectativas de los empresarios y de la comunidad local;
- el comportamiento de la estacionalidad y el crecimiento de los viajes de fin de semana;
- los niveles de inversión en infraestructura.

R. Butler señala que el declive de un destino también está relacionado con una creciente dependencia de turistas frecuentes, y por tanto una escasa capacidad para captar nuevos segmentos y diversificar mercados.

Un destino en declive mostraría otro defecto estructural importante: dependencia de los *tour operadores*.

En todo caso para situar a un destino en una etapa de su ciclo de vida se requiere asociar diversos indicadores relativos a las características de la oferta del destino – incluyendo entre ellos a indicadores sobre el comportamiento de la comunidad local - y de los turistas que lo visitan.

La comunidad local como elemento de competitividad

Una dimensión escasamente valorada tiene que ver con la comunidad local, la cual no tenía la relevancia que ha adquirido en la actualidad de acuerdo a las tendencias de los mercados turísticos por compartir experiencias con la comunidad, fenómeno que concurre de manera determinante a agregar valor a la experiencia.

Cuando un destino entra en la fase de declive no sólo se registra una caída en las expectativas de los empresarios, sino también de la comunidad local, que empieza a ver que el turismo no tiene la capacidad de generar empleos y de mejorar la calidad de vida.

Esta situación contrasta con las fases iniciales del ciclo de vida del producto, cuando el turismo es situado en el otro extremo de las expectativas: es visto como la panacea, una actividad necesaria y beneficiosa para el desarrollo.

G.V. Doxey encontró interesante evidencia al analizar casos en Barbados y en el Corredor del Lago Niágara, en Canadá, referida a la relación dinámica que se va observando entre la comunidad y los turistas. Esta relación cambia con el correr del tiempo.

Así construyó el índice de irritación Doxey, que refleja las reacciones que va generando en la comunidad el turismo, produciendo respuestas que van desde la apatía hasta la irritación e incluso el antagonismo.

Según este índice, en la medida en que el destino madura y entra en declive, los efectos del turismo empiezan a hacerse más adversos para la comunidad, iniciando un círculo vicioso que afecta las posibilidades de desarrollo del turismo en un destino.

Desarrollo de la oferta: no todo es infraestructura

Existen diferentes caminos para iniciar la recuperación de un destino después de que este ha entrado en una fase de declive. En este sentido las iniciativas de transformación del destino no se limitan al mejoramiento de la infraestructura, que si bien suele ser imprescindible, no es el único punto de partida.

Algunas de las medidas que han implementado destinos de sol y playa para reposicionarse y agregar valor a su oferta son:

- desarrollar una oferta de servicios de masajes a pocos metros del mar;
- clases de yoga, de *aerobics* y de bailes en áreas concurridas;
- contar con servicios de guarderías con actividades y concursos para los niños: show de títeres, magos, talleres entre otros;

- ofrecer teatro en las calles y espectáculos de danzas;
- deportes acuáticos;
- observaciones guiadas de la bóveda celeste con uso de instrumentos telescópicos;
- aprovechar instalaciones deportivas para celebrar eventos: tenis, torneos de fútbol 5, de voleibol;
- espectáculos de fuegos artificiales patrocinados por marcas;
- spa's sobre la playa.

Mayor oferta de actividades significa mayor ingreso

En la medida en que la oferta de actividades sea menor, los municipios locales encuentran crecientes dificultades para captar ingresos y por lo tanto para agregar valor a la oferta local.

Se crea de esta manera un círculo vicioso que afecta de manera negativa a todos los actores, incluyendo al visitante y al turista.

Los eventos y actividades de todo tipo tienden a romper este círculo. Muchos de estos eventos tienen el propósito de congregarse gente, de hacer más atractivos los espacios y de estimular el consumo a través de una oferta amplia de actividades para diferentes segmentos.

Algunos *shows* realizados en áreas públicas están corriendo por cuenta de empresas privadas que los organizan para promover sus marcas, y de este modo animar el destino, sin que el municipio tenga que realizar el gasto que implica este tipo de eventos. Así se cumple con un objetivo de las políticas públicas: brindar entretenimiento y dar vida al destino.

Los municipios de algunas playas de Argentina, por ejemplo, están recaudando impuestos – o ingresos por derechos - no sólo por la publicidad fija, sino también por todo tipo de promoción, como es el caso de los vehículos que están pintados con publicidad, por la cantidad de modelos-promotores que utilizan, por las demostraciones de productos, y las banderas publicitarias que identifican marcas.

Estos ingresos sirven para mejorar la seguridad en las playas y para impulsar actividades culturales, deportivas y recreativas sin cargo al erario público.

La función de los eventos especiales

La puesta en marcha de una nueva estrategia para modificar la trayectoria declinante de un destino, encuentra un sólido apoyo en la realización de eventos de gran escala, puesto que suelen transmitir al mercado real y potencial la idea de un cambio en el destino. El mercado existente podría aumentar sus visitas y se podrían atraer nuevos segmentos con interés en el evento que se promueve.

Sin embargo sus efectos no sólo se transmiten al mercado sino que también a los residentes locales y al sector empresarial, que empiezan a conectarse con una nueva visión y un nuevo proyecto de desarrollo en donde, de acuerdo a las nuevas visiones, el sistema económico debe subordinarse a objetivos sociales más amplios que el bienestar material.

Esta última idea es fundamental para impulsar un turismo de calidad y competitivo en un destino, puesto que contribuye a desarrollar el sentido de pertenencia entre la comunidad local, apoya el compromiso por cuidar los recursos del patrimonio y por crear una identidad.

Todos ellos son, entre otros factores, componentes básicos para crear un destino altamente atractivo, incluyente y congruente con las tendencias de la demanda turística internacional y nacional.

En efecto, desde la década de los noventa se ha entendido que el desarrollo debe incluir los factores culturales que tienen impacto en el crecimiento económico.

Los eventos especiales contribuyen a dar sentido y a consolidar la importancia del desarrollo de nuevas infraestructuras en el destino. Permiten ganar tiempo hasta que las obras terminen de construirse y ponerse a disposición de los usuarios.

En este contexto, la celebración de conciertos, de espectáculos deportivos y de actividades culturales de resonancia nacional e internacional, contribuyen de manera significativa a modificar la percepción del destino, a darle un nuevo impulso a través de un cambio en su oferta y en la atracción de nuevos segmentos de demanda.

Tematización de espacios: una estrategia para recuperar destinos en declive y para singularizarlos

Frecuentemente se piensa que la tematización está restringida a los parques temáticos, o a restaurantes y hoteles temáticos.

Sin embargo ésta es una idea un tanto equivocada puesto que las áreas se pueden tematizar a través de muchas manifestaciones, entre las cuales se encuentran los fuertes y sitios históricos, los museos y el paisaje natural y urbano. Por lo tanto existe un amplio espectro de espacios como los paseos y centros de compras, las plazas y en general los lugares de encuentro, que se pueden tematizar.

Con lo anterior se establece que diversos elementos del patrimonio urbano-arquitectónico de un destino pueden ser utilizados como recursos de base para conferir identidad de lugar, mejorando así las condiciones de diferenciación y contribuyendo a elevar la competitividad de un destino.

En este marco, los destinos turísticos de playa de México cuentan con suficientes atractivos para tematizar espacios y así diversificar la experiencia dentro de su entorno urbano.

Pero la insuficiencia de un criterio referencial de carácter espacial lleva, en la mayoría de los casos a un aprovechamiento limitado y anodino de atractivos de carácter cultural, especialmente en circunstancias de que muchos de los atractivos culturales (fuertes, por ejemplo), por su calidad podrían situarse como áreas protagónicas en los destinos turísticos de sol y playa, diversificando la oferta.

La tematización de espacios debe contextualizarse en la identificación, delimitación y caracterización de las unidades espaciales que integran un destino turístico, es decir, requieren de un criterio ordenador del espacio turístico que permita ordenar las actividades y el aprovechamiento de los atractivos de un destino.

En este contexto cabe señalar que los espacios estratégicos de los destinos de playa que deben reconvertirse para superar la fase de declive son, básicamente:

- la línea costera,
- el borde edificado de la línea costera,

- la red vial cercana a la costa,
- los servicios y el equipamiento ubicado en el borde costero,
- y las playas y sus actividades.

El manejo adecuado de este conjunto de elementos referenciales del espacio urbano brinda oportunidades para crear, en un mismo destino, espacios diferenciados, más aún si se consideran las características naturales del lugar y del paisaje.

En la mayoría de los casos se requiere re-integrar el espacio de manera de conjuntar lo natural con lo cultural, dejando atrás la concepción de enclave de muchos destinos, que no se limita a separar al destino de su entorno rural, sino que también establece separaciones entre unidades espaciales dentro del destino; es decir, frecuentemente se estructuran propiedades hoteleras y espacios urbanos que constituyen enclaves dentro del enclave.

Las nuevas tendencias del turismo internacional señalan la importancia de integrar espacios, de crear lugares de encuentro: paseos peatonales entre el borde de edificios y la playa, no detrás del borde de los edificios, situación que contribuye a quitar sentido de lugar, a impedir que los espacios se tematizen y se singularicen, por ende.

Asimismo, muchos destinos ofrecen la posibilidad de aprovechar cerros o montañas cercanos, que ofrecen una excelente vista. Habría que recordar que en pocas actividades, el turismo es una clara excepción, pueden incorporar al paisaje como un recurso productivo.

Este recurso se puede poner en valor – o incrementar su valor - dotándolo de medios de transporte (funiculares, por ejemplo) y de servicios e instalaciones, lo cual permitiría que pasen de la categoría de áreas anodinas a áreas protagónicas, contribuyendo a tematizar y a singularizar y diversificar la experiencia en el destino.

El proceso de singularización de espacios turísticos a través de su tematización, en el marco de una estrategia de rejuvenecimiento de un destino, requiere de un planteamiento que contenga un ordenamiento físico-espacial. Esta iniciativa ha demostrado – el caso de Calviá es un ejemplo de ello – que puede ayudar de manera relevante a revalorizar los atractivos de un destino de turismo masivo de sol y playa, en proceso de declive.

Artículos relacionados:

- *La reconversión de las ciudades, en Boletín Hechos y Tendencias del Turismo, número 5, mayo, 2002, Secretaría de Turismo.*
- *Reinventando destinos turísticos: conceptos generales y un caso práctico, en Boletín Cuatrimestral de Turismo, número 4, enero-abril, 2002, Secretaría de Turismo.*
- *Destinos turísticos: ciclo de vida, en Boletín Hechos y Tendencias del Turismo, número 16, febrero, 2003, Secretaría de Turismo.*

DIRECTORIO

Lic. Bertha Leticia Navarro Ochoa

Secretaria de Turismo

Eduardo Barroso Alarcón

Subsecretario de Operación Turística

Lic. Francisco Madrid Flores

Subsecretario de Planeación Turística

Lic. Mario Palma Rojo

Subsecretario de Innovación y Calidad

José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo

CONSEJO EDITORIAL

José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo