

SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO



Boletín: Hechos y Tendencias del Turismo

Número 83 Mayo - Junio 2009

BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Es una publicación 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 83, Mayo-Junio de 2009, primera edición 23 pp.

Consulte este documento en:

www.sectur.gob.mx

<http://datatur.sectur.gob.mx>

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

SECRETARÍA DE TURISMO

Dirección General de Información y Análisis
Av. Presidente Masaryk N° 172, 2° Piso
Col. Chapultepec Morales C. P. 11587
México, D. F.
Teléfonos: 3002-6300 Ext. 1600 y 1603
Fax: 3003-1628

Alejandro Nava Alatorre

anava@sectur.gob.mx

Jesús H. Aragón Sarmiento

jaragon@sectur.gob.mx

Rocío L. Rodríguez Vásquez

rlrodriguez@sectur.gob.mx

Las ideas expresadas en el documento son propias de las fuentes que se citan y no necesariamente las de la SECTUR.

Referencias a los datos e ideas presentadas deben ser claramente atribuidas a las fuentes y no a la SECTUR.

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

NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS	4
TECNOLOGÍAS	9
MERCADOS	14
SECTOR AERONÁUTICO	18
SECTOR CRUCERISTA	21

ÁFRICA

El sur de África busca el turismo gracias al Mundial del 2010.

Fuente: nacion.com

Pasar unos días a los pies de las cataratas del Lago Victoria en Zambia o en el desierto de Namibia e ir y venir a Sudáfrica para ver un partido del Mundial de futbol de 2010 es el objetivo de los países vecinos del anfitrión de la competición para atraer turistas.

Es la primera vez en la historia de un Mundial que la región del país anfitrión se asocia a la organización de este evento planetario, al que se espera que asistan 450,000 personas, según la FIFA.

La Federación Internacional ya reservó unas 4,000 habitaciones fuera de Sudáfrica, 3,200 en Isla Mauricio, famosa por sus playas pero también situada a unas cuatro horas y media de vuelo desde Johannesburgo, y otro centenar de cuartos en Namibia y en Botsuana, países próximos a Sudáfrica, que cuentan con una fauna y un desierto espectacular.

Así también, la organización internacional del fútbol envió a finales de mayo uno de sus equipos a Zambia e incluso a Zimbabue, país que sufre una crisis económica sin precedentes, para planear la reserva de alojamientos cerca de las cataratas del Lago Victoria.

Por otro lado, en Mozambique, el Gobierno ha creado un gabinete interministerial encargado específicamente de las cuestiones relativas al Mundial de futbol. El aeropuerto de Maputo, en la capital del país, está siendo renovado y un estadio de futbol se construye en las afueras de esa ciudad.

Para viajar a Sudáfrica es necesario disponer de un presupuesto importante pues un paquete turístico de cuatro días en el país sudafricano con un vuelo que salga desde Europa, el hotel, entradas para dos partidos y una excursión alcanza los 1,500 euros (2,000 dólares).

"En vista de los costos prohibitivos de un viaje, la gente se conforma con ir a Sudáfrica sobre todo porque hay mucho que hacer en este país", apuntó Jonathan Goos, de la agencia Couleur Voyages, en Francia.

VIETNAM

Halong compite para convertirse en una de las "Siete Maravillas Naturales" del mundo.

Fuente: eluniversal.com

En el conjunto de islotes de la bahía más pintoresca de Asia, operadores turísticos, organizaciones ecologistas y la comunidad de pescadores que allí vive, trabajan conjuntamente para ofrecer la mejor imagen de este extraordinario lugar de islotes y farallones que se alzan en el mar como un ejército de seres fantásticos.

La Bahía de Halong, declarada Patrimonio Universal por la Unesco, compite con el Monte Everest, el Río Amazonas, las Islas Galápagos o Sierra Nevada (España), para convertirse en una de las "Siete Maravillas Naturales", que serán elegidas mediante votación popular.

Esta iniciativa ha sido impulsada por la fundación "Siete Nuevas Maravillas" y en ella pueden participar parajes o monumentos naturales que no hayan sido creados ni significativamente alterados por la mano del hombre. El plazo para la presentación de nominaciones para este concurso global, en la dirección de internet (www.natural7wonders.com), concluye el próximo 31 de diciembre.

Khan Thuy Lan, un guía turístico explicó, que las autoridades y la sociedad están volcadas en que los turistas disfruten de las incomparables islas diseminadas por la bahía, sus cuevas y las aguas color turquesa, sin descuidar la tarea de preservar el ecosistema.

Cabe mencionar que, a lo largo de 2010 y 2011, los votantes elegirán a las "Siete Maravillas Naturales" de entre los 21 parajes naturales que queden finalistas en las etapas preliminares.

ESPAÑA

Turismo, fertilización y boda gay.

Fuente: BBC Mundo.com

Una agencia de turismo española especializada en gays y lesbianas creó un paquete turístico en Alicante que incluye el alojamiento en un hotel cinco estrellas con vista al mar y un tratamiento de fertilización artificial.

El paquete, resultado de la colaboración entre la agencia Rainbow Tourism y el Instituto Bernabeu de Fertilidad y Ginecología, que trabaja desde hace más de 25 años en el tema, es exclusivo para parejas de lesbianas.

"Las mujeres no precisan estar casadas para recibir tratamiento en España, la clínica cuenta con su propio banco de semen y los donantes (de esperma) pueden mantenerse anónimos. Además, el precio del tratamiento aquí es casi diez veces menor que lo que vale en Estados Unidos", afirmó María José Rico de Rainbow Tourism.

La promoción ofrece una semana en un hotel cinco estrellas con sesiones de masajes (para preparar físicamente a las mujeres que se someterán al tratamiento) por un valor de US\$830 por persona, en una habitación doble.

El precio del procedimiento médico varía según el caso, le explicó a la BBC el médico Rafael Bernabeu, del Instituto Bernabeu. "Si se trata de un tratamiento básico, en el que la paciente es joven y puede utilizar sus propio óvulos, el costo es de US\$2,000 para las pacientes extranjeras. Si la mujer necesita de una donación de óvulos, el precio sube a unos US\$11,000", manifestó Bernabeu.

Es importante mencionar que, las pacientes también tienen que hacerse exámenes médicos y análisis para certificar que no tienen enfermedades como hepatitis.

La agencia de turismo dijo que la promoción fue creada pensando principalmente en las mujeres del Reino Unido, Suiza, Italia, Estados Unidos, Canadá y Alemania.

Casamiento también

Además de este servicio, la agencia de turismo ofrece organizar bodas. Hace cuatro años España autorizó la unión civil entre personas del mismo sexo. Sin embargo, en este caso, uno de los miembros de la pareja debe ser residente español.

COLOMBIA

Valores terapéuticos de Tocaima atraen a turistas de todo el mundo.

Fuente: Caribbean News Digital

A 102 kilómetros al occidente de Bogotá, la localidad de Tocaima tiene diversos atractivos, pero sus habitantes insisten en que fundamentalmente es "la ciudad salud de Colombia", por sus tradicionales baños azufrados. "Uno mismo se aplica el lodo, claro que si va en pareja es mejor porque se hace masaje mutuamente, luego deja que se seque y se lava con agua azufrada", explicó un visitante a Notimex.

A las afueras de la población hay dos sitios donde se puede realizar sin mayores prevenciones un buen tratamiento de "lodoterapia", dando una sensación de descanso y salud.

Pero Tocaima es más que los baños naturales, pues en pleno centro se puede tener "una aventura natural": cocodrilos que conviven con tortugas en un pequeño lago ubicado en el parque principal. Al mediodía, cuando el calor llega a los 30 grados, estos bellos ejemplares abren su boca a la vista de todo el que quiera observarlos y tratan de regular su temperatura interna, en un espectáculo que sorprende a todos, especialmente a los más pequeños.

Con esos atractivos, este pueblo colombiano se convierte en un sitio perfecto para atraer al turismo nacional e internacional, por su valor terapéutico, por sus artesanías, su tranquilidad y la amabilidad de su gente.

HONDURAS

Construyen nuevo museo en centro de Copán Ruinas.

Fuente: la tribuna.hn

Los recientes descubrimientos arqueológicos de la cultura maya encontrados y restaurados en los últimos tres años, serán expuestos en el nuevo museo que se prepara en el centro del municipio de Copán Ruinas.

El museo actual es muy pequeño, presenta deterioro en su estructura física y el contenido de la museografía está desactualizada. “Se necesita nuevo museo con un enfoque diferente para que el público conozca acerca de la historia de Copán”, dijo el experto japonés Seiichi Nakamura.

La construcción del museo tiene una inversión de 11.5 millones de lempiras, que son tramitados por la Secretaría Técnica y de Cooperación Internacional (Setco).

Los fondos son gestionados con el Programa Non Project, Honduras-Japón que ya otorgó a estas investigaciones científicas unos 25 millones de lempiras, informó la ministra de la Setco, Karen Zelaya.

“Este museo permitirá dar a conocer los nuevos hallazgos de la cultura maya durante las investigaciones de los últimos tres años y ayudará a potenciar los sectores especialmente en turismo y cultura”, indicó la ministra.

HOLANDA

Turismo radiactivo.

Fuente: BBC Mundo

Holanda tiene un nuevo destino turístico, se trata de su basurero radiactivo, el cual ha sido abierto al público para sensibilizar a la ciudadanía sobre este fenómeno. Grupos de escolares, miembros de clubes deportivos, empresariales o altruistas; o simplemente un conjunto de amigos que desea pasar una jornada inusual, son bienvenidos en las instalaciones de la Organización Central para la Basura Radiactiva, COVRA.

Para hacer aún más insólito el paseo entre tanques radioactivos blindados con plomo y cilindros de alta tecnología, los organizadores han añadido a la visita componentes educativos, artísticos y culturales.

"Decidimos acercarnos a los vecinos de la localidad para que cambiaran su percepción respecto a nosotros, porque sabemos que nadie puede estar contento de tener en su patio trasero un basurero y además radiactivo", dice a BBC Mundo, Hans Codée, director de COVRA.

Blindaje

Situado en el puerto de Vlissingen, al sur del país y en la desembocadura del río Escalda, en COVRA van a parar todos los desechos radiactivos producidos en Holanda, ya sea en laboratorios experimentales, hospitales, fábricas o centrales nucleares.

Pero no se trata de un almacén cualquiera, sino de un gigantesco búnker de 46 metros de ancho, 91 metros de largo y 20 metros de alto, construido con muros de concreto de 1.70 metros de grosor, tecnología de punta y compuertas del acero del más resistente. Está diseñado para aguantar todo, desde terremotos, inundaciones y tornados, hasta ataques con misiles y el choque simultáneo de dos aviones Boeing.

"Al abrirlo al público demostramos que es posible manejar de manera segura y responsable los desechos nucleares, después de todo es algo que no podemos negar y que estará entre nosotros hasta encontrar otras alternativas", sostiene Hans Codée.

Tour

Las visitas, pactadas con cita previa, inician con una introducción didáctica y visual sobre el fenómeno de la radiactividad, así como del trabajo realizado por COVRA desde su creación en 1982.

Luego de familiarizarse con elementos teóricos, el tour continúa por las bodegas donde se almacenan desechos radiactivos que pueden contenerse dentro de botes de acero llenos de plomo y concreto, como son guantes, telas y plásticos de hospitales.

Entre decenas de botes que encierran radiación comprimida, pueden apreciarse piezas de museos, entre las que destacan herramientas primitivas, estatuas de la edad media o majestuosos gobelinos.

La tercera etapa está destinada a la zona de alta seguridad, donde se almacenan materiales de enorme peligrosidad y que en caso de liberarse pueden aniquilar a una persona en segundos.

ESTADOS UNIDOS

Spaceport America.

Fuente: BBC Mundo

En Nuevo México, Estados Unidos, se inició la construcción del centro Spaceport America, el sitio del primer puerto espacial comercial.

La construcción del sitio se completará en un año y medio, y será la sede de la empresa de turismo espacial Virgin Galactic y de otras compañías comerciales en ese ámbito. El proyecto le costará al gobierno estatal de Nuevo México casi US\$ 200 millones.

Steve Landeene, director ejecutivo de la Autoridad Espacial Portuaria de Nuevo México, dice: "El futuro ha llegado y no estamos muy lejos de una nueva era espacial".

La construcción se iniciará sobre una terminal y un hangar, diseñados para la era espacial por el grupo Foster y Asociados para que armonicen con el paisaje desértico, al tiempo que dan cabida a naves espaciales con cohetes y todos los dispositivos de seguridad que eso implica. Una pista de 3,000 metros garantizará que habrá espacio suficiente para el aterrizaje de los aviones más grandes del mundo.

Cuando esté completo, Virgin Galactic -que espera iniciar vuelos turísticos al espacio poco después de la inauguración- tendrá su cuartel general y centro de operaciones aquí, generando la mayoría del comercio del puerto espacial, aunque Spaceport America recalca que no estará dependiendo exclusivamente de esa compañía.

White Knight Dos -el avión que cargará la nave Space Ship Dos hasta una gran altitud para luego lanzarla al espacio- será develada al público durante la feria aeroespacial de Oshkosh, Wisconsin, en julio. Space Ship Dos, por su parte, empezará sus pruebas de planeo en diciembre.

Si todo marcha de acuerdo a lo planeado, en unos dos años, el vuelo inaugural llevará a Richard Branson (fundador de Virgin), su familia y al diseñador de la nave, Burt Rutan, en un viaje suborbital.

Les seguirán unas 300 personas en una lista de espera que, haciendo caso omiso de la actual crisis económica, están dispuestas a pagar US\$ 200,000 por el privilegio de experimentar la ingravidez durante seis minutos en un vuelo de dos horas.

El gobernador Bill Richardson, afirmó que los beneficios que le trae al estado el estar a la vanguardia del floreciente sector espacial comercial, conducirá a un mayor desarrollo en varios niveles para Nuevo México.

ESPAÑA

El parque de las Ciencias de Granada uno de los centros de divulgación científica más avanzado del mundo.

Fuente: Viajes Destinos.com

El Parque de las Ciencias de Andalucía-Granada se postula como una de las mayores ofertas de museo interactivo de Europa, al tiempo que se ha convertido en uno de los centros de divulgación científica más avanzados del mundo. A los 30,000 metros cuadrados con los que ya contaba, se han unido ahora otros 40,000 para albergar, entre otros espacios, los pabellones: Viaje al cuerpo humano, Al Andalus y la ciencia, Tecno-Foro y cultura de la prevención, todos ellos inmersos dentro del Macroscopio.

El centro consta de 1,645 metros cuadrados de cubierta solar integrada, que permite obtener de forma limpia el 25 por ciento de la energía eléctrica de las instalaciones. Este es solo uno de los motivos por los que se le cataloga como una nueva especie de museo, pues en realidad este lema surge de plantear una serie de iniciativas diferentes a lo que es la museografía clásica.

Asimismo, una de las más innovadoras es la denominada "Ventanas a la ciencia", concebidas como espacios transparentes donde el público puede ver a científicos reales que trasladan sus laboratorios al museo mostrando en directo sus líneas de investigación actuales.

En el Pabellón Viaje al cuerpo humano existen otras ventanas permanentes a cargo del museo nacional de Ciencias y Tecnología y del museo nacional de Ciencias Naturales, mientras que en el gran hall del Macroscopio cada mes se turna un grupo de investigación invitando en un escaparate abierto a los visitantes. La filosofía principal de todo el recinto es la interactividad y una de las máximas es la de "prohibido no tocar".

NH HOTELES

Agiliza la gestión de reservas nuevas herramientas online.

Fuente: Caribbean News Digital

NH Hoteles ha lanzado cuatro nuevas herramientas online para agilizar la gestión de las reservas de diversos sectores de la actividad, informó la cadena hotelera en un comunicado.

La compañía explicó que, teniendo en cuenta las anteriores versiones de estas aplicaciones, "ha creado nuevos micrositos, ha evolucionado la funcionalidad y optimizado su uso accesible e intuitivo, además de maximizar las posibilidades de personalización", informa un cable de Europa Press.

Concretamente, para el sector de empresas y colectivos, la hotelera ha diseñado las "NH Client Pages", a través de las que cualquier colectivo puede beneficiarse de las "mejores tarifas negociadas de la cadena hotelera, así como servicios adicionales de personalización y la máxima agilidad en reservas y cancelaciones".

Por otro lado, la cadena ha diseñado la “NH Event Tools”, una herramienta específica para el sector de MICE -reuniones, incentivos, congresos y eventos-, que permite pre-reservar habitaciones y asignar el “roomming” a los asistentes.

En cuanto al segmento de agencias de viajes, asociaciones de negocios turísticos y touroperadores, a partir de ahora contarán con las “NH Trade Pages”, que permiten gestionar "con agilidad y eficiencia" su negocio de intermediación con acceso directo y en tiempo real a toda la información negociada con la cadena hotelera.

"NH Trade Pages suponen la plataforma perfecta para cualquier empresa vinculada con el sector turístico", recaló la compañía, que destacó la utilidad de dicha herramienta para las agencias de aquellos países donde la cadena hotelera no tiene presencia, y que sin embargo son relevantes mercados emisores de clientes.

SEAWORLD ORLANDO

Crean un sitio web en español sobre nueva mega- atracción.

Fuente: Caribbean News Digital

Manta, la nueva mega-atracción que se inauguró en SeaWorld Orlando, ya tiene su propio sitio web en español, además del inglés y el portugués, permitiendo a los internautas hispanohablantes familiarizarse en su propio idioma con esta montaña rusa, que ya se ha convertido en la favorita entre los visitantes del parque.

De fácil navegación, este sitio Web: <http://www.ridetheflyinggray.com/> presenta amplia información sobre Manta, testimoniales de los que ya la experimentaron y varios videos. También cuenta con su sala de prensa y la opción de comprar entradas online.

La interactividad del sitio Web es óptima, permitiendo a los visitantes realizar diferentes actividades, desde participar en el concurso Manta Quiz que ofrece varios premios a los ganadores, hasta elaborar su propio antifaz de Manta.

Asimismo, las redes sociales más populares, como Facebook, YouTube, Twitter y Flickr están incorporadas de manera muy dinámica, brindando a todos los fans de Manta la oportunidad de compartir experiencias y emociones. Y en cuanto a los fans, ya son miles, de todas las edades, en diferentes países del mundo.

Wi-Fi

La mitad de viajeros de negocios prefieren Wi-Fi en el aeropuerto antes que comida.

Fuente: Cope.es

El 47 por ciento de los viajeros que emplean el avión como transporte para concretar sus negocios considera la conexión Wi-Fi como el servicio más importante en un aeropuerto, incluso por encima de necesidades básicas como la alimentación, según estudio elaborado por American Airlines y HP sobre una muestra de 1,500 personas.

"Sabemos que los viajeros de negocios confían en la tecnología para maximizar su productividad mientras están de viaje", afirmó el director del departamento de Customer Research de American Airlines, Manuel de Oyarzábal, quien añadió que la encuesta realizada "ayudará a la compañía a desarrollar y comercializar los productos que realmente valoran nuestros clientes".

Que los viajeros se inclinen por la tecnología en los aeropuertos se debe a que más del 90 por ciento de las personas que viajan en avión lo hacen con un ordenador portátil y teléfono móvil. Asimismo, el 85 por ciento realiza actividades relacionadas con el trabajo en el aeropuerto, pero la cifra se reduce al 52.6 por ciento a bordo de un vuelo. Los viajeros afirman que aprovechan para realizar el trabajo (enviar mensajes de correo electrónico o realizar llamadas) en la puerta de embarque antes del despegue (76 por ciento).

"Los viajeros de negocios esperan conectividad y la ven como una necesidad, no como un lujo. HP comprende perfectamente estas necesidades y ofrece al viajero una amplia gama de dispositivos portátiles para profesionales en constante movimiento, haciendo del uso de la tecnología algo natural allá donde nos encontremos", puntualizó el responsable de movilidad y sistemas personales de HP, Antonio Guirau.

MICROSOFT

Abre en Palma de Mallorca el primer centro dedicado a la tecnología turística.

Fuente: Caribbean News Digital.com

A un costo aproximado de un millón de euros y ubicado en un edificio de 400 metros cuadrados en el ParcBit de Palma, Microsoft abrió el primer centro de innovación del mundo especializado en la investigación de tecnologías aplicadas al sector turístico.

Inaugurado por el presidente de las Islas Baleares, Francesc Antich, y la titular de Microsoft Ibérica, María Garaña, el centro, denominado Centre MIC Tourism Technologies de Microsoft, tiene entre sus objetivos contribuir a la competitividad, productividad y reducción de costos de las empresas turísticas mediante el uso de las nuevas tecnologías.

El MIC Tourism cuenta, a través de Microsoft, con un acceso directo a los últimos recursos en investigación y desarrollo de la compañía, con una inversión superior a 8,500 millones de dólares anuales y un equipo humano de más de 40,000 personas en todo el mundo.

Entre las mejoras de la aplicación de las nuevas tecnologías turísticas se encuentran nuevos sistemas de automatización y confort de los hoteles (luces, temperatura, humedad, aire limpio, sistemas de seguridad y otros). La información turística o la personalizada son otros campos que se desarrollarán en el MIC y que reportarán un beneficio directo a los clientes.

Mientras Microsoft aporta el know how y sus recursos tecnológicos y de investigación, la Comunidad Autónoma proveerá 1,2 millones de euros en los próximos tres años para pagar la contratación del personal y todos los gastos de la sede.

MÉXICO

Campaña Welcome Back: promoción turística en Estados Unidos y Canadá.

Fuente: turismol.com, el financiero.com

México debe reubicarse como plaza turística a nivel internacional, luego del estancamiento sufrido en esta área debido a las repercusiones de la influenza A (H1N1). Como trabajo para lograr el reposicionamiento, se ha comenzado la campaña de mercadotecnia multimedia “Welcome Back”; Bienvenidos de nuevo.

El Secretario de Turismo, Rodolfo Elizondo, comentó que el mensaje a Norteamérica (primer mercado de turistas extranjeros) es que la Magia de México no ha cambiado, que el país es un lugar seguro y que son bienvenidos de nuevo los visitantes.

La campaña, creada por el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), tiene tres fases en los más importantes medios de comunicación durante momentos convenientes de verano, otoño e invierno.

En una fase inicial (de nombre “Believe It”) se anunciará que el contagio de la influenza A (H1N1) ha sido contenido; en una segunda etapa (llamada “Welcome Back”) se darán promociones específicas para crear reservaciones de inmediato. Por último (etapa “México, Time To Go!”) se cumplirá con el lanzamiento de una campaña cooperativa muy agresiva para beneficiarse con la demanda de otoño-invierno.

La cobertura de esta campaña se enfocará en los principales centros de consumo correspondientes a 12 ciudades de Estados Unidos y 6 de Canadá, que en conjunto representan más del 80 por ciento de los turistas internacionales que recibe México.

ANTÁRTIDA

Proponen una “ecotasa” para proteger los ecosistemas de los turistas.

Fuente: El Mundo.es

El establecimiento de una tasa turística de 10 dólares por día podría ser suficiente para financiar medidas que eviten el deterioro de los ecosistemas antárticos causado por los más de 50,000 turistas que anualmente visitan el continente helado.

Esta es una de las conclusiones del estudio “Valoración del impacto ambiental del turismo comercial sobre los ecosistemas antárticos”, promovido por el Ministerio de Ciencia e Innovación y la Fundación Abertis.

Esta tasa sería complementaria a otra de la misma cuantía que los turistas ya pagan a la Asociación Internacional Tour Operadores Antártida, el ente encargado de coordinar el turismo en la zona.

Durante la presentación del informe, la secretaria de Estado de Cambio Climático, Teresa Ribera, ha considerado que la actividad turística creciente en "esta tierra de nadie y de todos" debería contar con un régimen de planificación y gestión más exigente que preserve a la Antártida como "laboratorio de sensibilidad".

Por otro lado, el estudio revela que cada turista emite cerca de 4.4 toneladas de CO2 en su viaje, lo que equivale a las emisiones del consumo eléctrico medio anual de un hogar europeo con tres inquilinos.

De acuerdo con Javier Benayas, autor del estudio junto a Martí Boada, ambos investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona, han señalado que con la tasa de diez dólares se podrían financiar dos medidas importantes: una mejor formación de los guías y la inspección con observadores independientes a bordo de los cruceros para garantizar el cumplimiento de la normativa existente.

Para cubrir el costo de la tercera medida, barcos de vigilancia turística que se encargarían de inspeccionar las operaciones de los cruceros, control de pesca ilegal y apoyo en labores de rescate, se necesitarían cien dólares.

El transporte marítimo -una modalidad que utiliza casi el 90 por ciento de los turistas- es el responsable del 56 por ciento de las emisiones, mientras que los aviones suponen el 44 por ciento restante (los vuelos sin aterrizaje constituyen el 9 por ciento de las visitas).

El turismo en la Antártida ha aumentado de forma importante en los últimos años, ya que el descenso de los precios de los paquetes turísticos hace que cada vez sea más asequible.

PORTUGAL

En busca del turista español.

Fuente: Cincodias.com

Turismo de Portugal ha invertido 4.5 millones de euros en el lanzamiento de una campaña de promoción que tiene como objetivo el incremento del número de visitantes españoles en el país.

"Nos hemos marcado como objetivo ganarnos la confianza de los españoles, dando a conocer un Portugal que es más grande", recalcó el secretario de estado de Turismo portugués, Bernardo Trindade.

Portugal realizará diversas acciones promocionales, cuyo valor asciende a 1.2 millones de euros, con agencias de viajes y touroperadores para incentivar las reservas. Asimismo, está trabajando con las mayoristas lusas Portugal Torus y Viajes Abreu, junto con Viajes El Corte Inglés, "uno de los principales operadores de ventas del destino Portugal en España".

Por otro lado, la entidad portuguesa destinará 570,000 euros en la realización de una campaña de promoción con la aerolínea TAP, con el objetivo de aumentar el tráfico de pasajeros desde España no sólo en vacaciones sino también en fines de semana y puentes. A este respecto, se ofrecerán "precios muy competitivos, diversidad de horarios y frecuencias de vuelos".

Por último, Turismo de Portugal invertirá 2.6 millones de euros en promocionar el país en medios de comunicación escritos y audiovisuales y en Internet. Con el lema "Descubre un Portugal más grande", las acciones se desarrollarán entre junio y julio, para favorecer las reservas de última hora, y durante el segundo semestre del año.

BRASIL

Aspira a estar entre los 10 mayores destinos turísticos del mundo.

Fuente: eluniversal.com

Brasil tiene por objetivo situarse, en el horizonte de 2020, entre los diez primeros destinos turísticos del mundo, dijo la presidenta de la estatal Empresa Brasileña de Promoción del Turismo (Embratur), Jeanine Pires.

Los planes a corto plazo incluyen incrementar un 33 por ciento los ingresos por turismo internacional en 2010, de los 6 mil millones de dólares que aportó el sector en 2008 hasta 8 mil millones, según Pires, una de las participantes de la IX Cumbre del Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Otro objetivo a corto plazo es potenciar los viajes internos de los brasileños, pasando de los 163 millones registrados en 2007 a 217 millones en 2010.

Asimismo, el Gobierno brasileño prevé generar 1.7 millones de nuevos empleos relacionados directamente con el turismo hasta 2010, lo que supondrá un incremento del 28 por ciento frente a los actuales 6 millones y sumar un total de 7.7 millones al final del gobierno del presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

El cuarto objetivo es contar en 2014, año en que Brasil albergará la Copa del Mundo de Fútbol, con 65 destinos inductores del turismo de calidad internacional.

El mercado que sí ha hecho sentir la crisis a Brasil es Europa, que disminuirá este año sus viajes en general entre un 6 por ciento y un 8 por ciento, por lo que Embratur ha lanzado una campaña de promoción dirigida a ocho países europeos, además de tres suramericanos y EU, con una inversión de 28.6 millones de euros, similar a la del año pasado.

En el segmento de convenciones, Brasil logró situarse en 2008, por tercer año consecutivo, entre los diez primeros destinos, escalando desde el octavo al séptimo puesto mundial, ránking encabezado por EU, Alemania y España. Por ciudades, Sao Paulo saltó de la posición 23 a la 12 de la lista que lideran París, Viena y Barcelona.

ESPAÑA

Abre oficina turística en Bombay

Fuente: Carribbean News Digital

Con el objetivo de incrementar el flujo de visitantes indios, unos 60,000 al año actualmente, España acaba de abrir una oficina de turismo en Bombay, que también buscará atraer nuevos segmentos como el gastronómico, el de negocios y los viajes de novios, explicó el ministro del sector, Joan Mesquida, de visita en la nación asiática.

Mesquida explicó que la India es el mercado emergente "más importante del mundo desde el punto de vista turístico" y que la oficina inaugurada en Bombay, capital financiera de ese país, "supone establecer una cercanía con los clientes potenciales".

Desde el punto de vista del funcionario, uno de los inconvenientes para el aumento del turismo es la ausencia de conexiones aéreas directas entre España y la India, a diferencia de lo que sucede con otros países europeos.

El secretario recordó que el 92 por ciento de los 58 millones de turistas que anualmente visitan España proceden de Europa, un mercado que ya está "consolidado", y aseguró que en estos momentos se están abriendo "nuevas vías a otros mercados" como Rusia, la India o China, refirió EFE.

Añadió que España tiene "buena imagen" entre los turistas indios, que valoran la hospitalidad con la que son recibidos, las visitas culturales y la posibilidad de hacer compras.

Aunque reconoció que en estos momentos la situación del turismo está "distorsionada" por la recesión económica internacional, Mesquida argumentó que se está trabajando sobre "un escenario post-crisis".

La oficina de Bombay, que tendrá una plantilla de seis personas, es la tercera de la red exterior de centros de promoción turística de España en Asia y la número 33 del mundo.

RYANAIR

Renuncia oficialmente al cobro de una tasa adicional para pasajeros obesos.

Fuente: Caribbean News Digital

La aerolínea de bajo costo Ryanair anunció que renuncia a instaurar el pago de una tasa a los pasajeros obesos, estimando que perturbaría su organización, pero insistió en que sus otros viajeros estaban a favor de una medida de este tipo.

Ryanair alegó que "no hay manera de cobrar esa tasa sin perturbar los intervalos de 25 minutos (entre el momento en que un avión aterriza y vuelve a despegar) y el proceso de compra por internet", refiere un cable de AFP.

La compañía aseguró, sin embargo, que "más de 30,000 de sus clientes quieren que los pasajeros muy gordos paguen más".

La empresa publicó además el resultado de un sondeo realizado entre 16,000 personas que indicaron de qué manera querían que se aplicase esa tasa, en la que las respuestas con una mayor ponderación, fueron las siguientes: el 46 por ciento de los interrogados indicó estar a favor de una tasa por cada kilo suplementario a partir de los 130 kg para los hombres y de los 100 kilos para las mujeres. Un 37 por ciento quería que el pasajero que toque los dos apoyabrazos a la vez pague por un segundo asiento.

La línea aérea "seguirá investigando la instauración de tasas que podrían pagar ciertos pasajeros para ayudar a reducir los precios para todo el mundo", señaló el portavoz de la compañía, Stephen McNamara.

LAN

Ofrece nuevos vuelos a Bariloche en las vacaciones de invierno.

Fuente: Turismol.com

Con el objetivo de brindar apoyo al destino y dar respuesta a la demanda turística, LAN anunció que durante las vacaciones de invierno sumará nuevas frecuencias en la ruta a la ciudad de Bariloche, operando hasta siete vuelos diarios desde el Aeropuerto Jorge Newbery.

Para todos los pasajeros que vuelen hasta la ciudad de Bariloche, LAN contará en julio y agosto con hasta cinco vuelos diarios de lunes a viernes y aumentará a siete sus frecuencias los sábados y domingos.

Asimismo, por cuarto año consecutivo, LAN será la línea aérea oficial de Catedral Alta Patagonia, brindando el mejor servicio, propuestas y novedades para disfrutar las vacaciones de invierno.

Pensando en los más chicos, LAN instalará en el Kids Club un avión inflable, de 9 metros de largo y 6.5 metros de altura, que tendrá una estructura similar a

la de un avión real y contará con cuatro entradas que simulan las puertas delanteras y traseras del avión. En todo momento, los niños serán cuidados por personal especializado para que sus padres puedan disfrutar del esquí y otras actividades.

Durante esta temporada, LAN estará presente en el local de Fenoglio del Cerro con un espacio de Check In Web para todos los interesados. Allí se podrán imprimir los boarding pass y quienes presenten el mismo en el local, obtendrán un chocolate caliente de cortesía.

Actualmente LAN Airlines opera 84 aviones de pasajeros y su filial LAN CARGO opera 9 aeronaves de carga. Posee una de las flotas más modernas del mundo y recientemente culminó su proceso de renovación de aviones de corto alcance con nuevos Airbus familia A320, lo que ha significado mayor eficiencia y una significativa reducción de las emisiones de CO₂, reflejando así su importante compromiso con la protección del medio ambiente.

Cabe destacar que, LAN es una de las pocas aerolíneas en el mundo clasificadas como Investment Grade (BBB). Sus estándares internacionales de calidad le han valido ser miembro de oneworld™, la alianza global de aerolíneas que reúne a las mejores compañías a nivel mundial. Para más información visite www.lan.com o www.oneworldalliance.com

AMERICAN AIRLINES

Probará nueva tecnología para ahorrar combustible.

Fuente: Caribbean News Digital

Un Boeing 767-300 de American Airlines despegará desde París-Charles de Gaulle hacia Miami con el objetivo de probar un nuevo sistema de navegación destinado a ahorrar combustible, informó la compañía.

El avión tomará una nueva ruta guiada a través de un sistema GPS (de posicionamiento global) en lugar de seguir la travesía usual de los aviones que realizan el mismo recorrido. Además, ascenderá y descenderá de manera más gradual y usará otras medidas de ahorro que ya se utilizan, como acercarse a la pista de aterrizaje usando un motor en lugar de dos.

American Airlines anunció que será la primera aerolínea en probar la tecnología y nuevas tácticas de reducción de emisiones de gases contaminantes en una ruta trasatlántica. La prueba está coordinada también por la Administración Federal de Aviación, precisó AP.

Bob Reding, un vicepresidente ejecutivo de American, dijo que la operación demostrará los beneficios de un nuevo sistema de navegación GPS que podría reducir los retrasos en tráfico aéreo.

TACA AIRLINES

Volará diariamente de Lima a Medellín.

Fuente: www.aeronoticias.com

TACA Airlines anunció que, ofrecerá desde Lima vuelos diarios a la ciudad de Medellín (Colombia), logrando así un incremento del 75 por ciento en su oferta de vuelos a dicha ciudad.

“Medellín es la segunda ruta que volamos en Colombia, la que se inició con cuatro vuelos semanales en julio pasado; ahora tendremos a partir del 1º de junio un vuelo diario vía Quito. Este aumento de frecuencias responde a la necesidad de facilitar y satisfacer la demanda de viajes de nuestros pasajeros y ofrecer vuelos de conexiones intermedias entre distintos países”, señaló Raúl Aragón, Gerente Comercial de TACA en Perú.

“Los pasajeros que viajen de Medellín a nuestro Centro de Conexiones en Lima vía Quito, pueden conectar inmediatamente con nuestra amplia red de rutas a más de 30 destinos en las Américas”, acotó Aragón.

“La conectividad que se ofrece a través del incremento en la oferta de vuelos de conexiones intermedias facilitará el tránsito de pasajeros entre Ecuador y Colombia, así como para los pasajeros que lleguen de los países del sur de Sudamérica”, precisó el funcionario de la línea aérea.

EUROPA

Las aerolíneas podrán retener permisos de vuelo no usados.

Fuente: [El pais.com](http://Elpais.com)

El Parlamento Europeo dio luz verde, a una modificación del reglamento europeo de permisos de vuelo (slots) de modo que queda en suspenso la regla de “lo usas o lo pierdes”.

Las compañías aéreas podrán recortar sus vuelos este verano en aeropuertos europeos sin miedo a perder sus derechos de la siguiente temporada estival. Hasta ahora, quienes no usaban al menos el 80 por ciento de los permisos en una temporada concreta, los perdían en la siguiente. El Consejo Internacional de Aeropuertos rechaza la medida porque conduce a un uso ineficiente de capacidad.

STAR CLIPPERS

Nuevo buque a la flota de la naviera

Fuente: Goldiumcruceiros.com

Star Clippers lanzará en 2010 un nuevo crucero que recorrerá Costa Rica, un destino "interesante" para los españoles, que será operado por el velero Star Flyer y que se sumará a los recorridos que ya realizan sus tres barcos en el Mediterráneo, el Caribe y los mares del Sur (Polinesia), recalcó la responsable de Ventas y Marketing para Europa de Star Clippers, a Europa Press.

Para fomentar su presencia en España, la compañía lanzó este año un nuevo folleto en español, con información sobre la oferta turística de la empresa "Ha tenido muy buena acogida entre los profesionales, ya que permite tener más detalles del producto de cara a las agencias que tienen que venderlo".

Por otro lado, la compañía anunció la próxima incorporación de un nuevo buque a la flota de la naviera, actualmente formada por el Royal Clipper, "el velero más grande del mundo" con capacidad para 227 pasajeros, así como por los veleros Star Clipper y Star Flyer, cada uno con capacidad para 117 viajeros.

Debido a las características propias de los veleros, para la construcción del nuevo buque se necesitarán "al menos dos años", hay que puntualizar que el plano "ya está hecho".

Es importante mencionar que la crisis económica no está provocando importantes efectos en Star Clipper, teniendo en cuenta que la flota es "manejable" y las ventas se realizan "por todo el mundo".

El 65 por ciento de los viajeros de la compañía son europeos, normalmente amantes del mundo de la vela, que buscan "un punto de exclusividad". Los veleros, gracias a su tamaño, pueden además acceder a pequeños puertos y se asemejan a "hoteles con encanto".

MSC CRUCEROS

Lanza nuevo canal online en seis idiomas.

Fuente: Goldiumcruceiros.com

Dotado de vídeos en alta calidad, programas en directo y reproductor online, MSC WEBTV, el nuevo canal online de MSC, está disponible en español, inglés, francés, alemán, italiano y portugués, e incluye recorridos virtuales por los barcos de la flota, permitiendo a los pasajeros escoger el buque de su preferencia antes de emprender un crucero.

Además de permitir la elección del barco de una forma sencilla al posibilitar visitas a toda la flota antes de realizar un viaje, la nueva MSC Web TV (<http://www.msccruises.tv/>) hace posible que los pasajeros compartan la

información con sus familiares y amigos, de forma que la planificación de sus vacaciones a bordo de MSC Cruceros sea tan divertida como la propia travesía.

El nuevo canal online permite al internauta sumergirse de forma interactiva en cada una de las características del barco y de su vida a bordo, desde actuaciones de estrellas en los auditorios hasta la flexibilidad de sus excursiones, pasando por los bautizos de los barcos con Sophia Loren y las impecables credenciales ecológicas de la flota, indicó la compañía en un comunicado.

El Director de Marketing online corporativo, Antonello Fabozzi, ha explicado: “Estas nuevas herramientas están dedicadas a dar apoyo y facilitar a nuestros pasajeros la mejor experiencia posible tanto a bordo como online. Evidencian nuestra inversión en todo el espectro de las tecnologías de la información, desde los juegos de realidad virtual hasta el diseño de la web y los servicios on-line a nuestros pasajeros”.

MSC Web TV está totalmente integrada en la avanzada red interactiva online de MSC Cruceros y facilita al internauta una navegación más sencilla y personalizada, que se amolda a todas sus preferencias y a todos los tipos de conexión a Internet.

ROYAL CARIBBEAN

Anuncia que el Oasis of the Seas también tendrá un tiovivo.

Fuente: Caribbean News Digital.com

El Oasis of the Seas no deja de sorprender a la industria de cruceros. Royal Caribbean, con esta nueva incorporación a su flota, en noviembre de 2009, a la que le seguirá el Allure of the Seas en 2010, vuelve a dar un paso más allá en la construcción de barcos y sobre todo en las instalaciones a bordo de sus cruceros.

Si el concepto de los 7 barrios temáticos a bordo del Oasis of the Seas ya fue revolucionario, ahora poco a poco se van develando detalles que seguro a los cruceristas no les dejará indiferentes. Éste es el caso del primer tiovivo en alta mar que incorporará el barco; “un tiovivo único en el mundo, artesanal, de grandes proporciones, construcción tradicional y de estilo victoriano, donde seguro que más de uno revivirá épocas pasadas”, explica un comunicado de Royal Caribbean.

Este carrusel, cuya ubicación será en el paseo del Central Park, ha llevado ocho meses de trabajo, ya que ha sido elaborado artesanalmente con madera de chopo y diseñado especialmente para Royal Caribbean International. Llevará 21 figuras suspendidas de unos mástiles de acero inoxidable, representando una colección de animales salvajes tradicionales de este tipo de carrusel, como cebras, jirafas y leones, así como una serie de caballos pintados a mano, entre los cuales se encuentra un caballo princesa y un príncipe rana con corona.

En la website de <http://www.oasisoftheseas.com/> se puede ver el tiovivo en un magnífico vídeo descriptivo, concluye el comunicado.

COSTA CRUCEROS

Confirma su posición como línea de cruceros líder en Europa.

Fuente: Caribbean News Digital.com

Con una flota de 14 barcos en servicio, 3 nuevos buques que estarán en funcionamiento en 2012, Costa Cruceros ha confirmado su posición como línea de cruceros líder en Europa, donde -según las cifras del Consejo Europeo del Crucero (ECC)- la expansión del sector está superando todas las expectativas en cuanto al impacto en empleo, riqueza generada y turismo.

La cuarta edición del informe "Contribución Europea al Crucero" del ECC, presentado en Roma, estima el gasto directo de las compañías de cruceros, astilleros y pasajeros en 14,200 millones de euros en 2008 (un incremento del 10 por ciento respecto al año anterior), de los cuales 4,300 millones de euros corresponden a Italia (+ 9 por ciento en comparación con 2007), el país que genera el mayor beneficio económico del sector de cruceros en Europa (30 por ciento del gasto total en 2008).

La posición que ostenta Europa como líder mundial en el diseño y la construcción de cruceros contribuye también a impulsar este crecimiento: el informe del ECC estima que durante 2008 el sector global de los cruceros invirtió aproximadamente 5,200 millones de euros en la construcción y mantenimiento de cruceros en Europa, de los cuales 1,500 millones pertenecen a Italia.

En este contexto de rápida expansión, Costa Cruceros ha consolidado su posición como el mayor grupo turístico italiano y la compañía de cruceros número uno del mercado europeo.

En 2008, la compañía italiana prestó sus servicios a un total de 1.2 millones de pasajeros (el 75 por ciento eran europeos), alcanzando un récord histórico en Europa. Es más, Costa Crociere ha fijado su objetivo en conseguir un total de 1.5 millones de pasajeros en 2010. El grupo Costa Crociere S.p.A. (que incluye las marcas Costa Cruceros, AIDA Cruceros e Iberocruceros) tuvo una facturación total de 2,350 millones de euros (+17 por ciento con respecto a 2007).

La flota de Costa Cruceros es la mayor y más avanzada de Europa con 14 cruceros (incluidos el Costa Luminosa y el Costa Pacifica), con una capacidad total para aproximadamente 36,000 pasajeros. La compañía italiana tiene el mayor libro de pedidos efectuado por una línea de cruceros en todo el mundo: 5 buques de nueva construcción entre 2009 y 2012, todos encargados a los astilleros de Fincantieri y construidos en Italia, con una inversión de cerca de 2,400 millones de euros.