



STATE OF NEW YORK | EXECUTIVE CHAMBER

ANDREW M. CUOMO | GOVERNOR

Para publicación inmediata: 8 de mayo de 2013

EL GOBERNADOR CUOMO LANZA LA CAMPAÑA TURÍSTICA MÁS GRANDE DE NUEVA YORK EN DÉCADAS

La Cumbre de Turismo genera nuevas ideas para traer más visitantes al estado de Nueva York.

Gobernador: turismo en el estado de Nueva York significa negocio

El Gobernador Andrew M. Cuomo anunció el día de hoy el lanzamiento de la campaña turística más grande de Nueva York en décadas, comprometiendo casi \$60 millones para desarrollar la industria, crear puestos de trabajo y atraer a más visitantes aún al Empire State.

El anuncio del Gobernador llegó al término de la Cumbre de Turismo del Estado de Nueva York, donde se reunieron cientos de expertos en turismo en Albany para discutir ideas y nuevas formas de traer turistas a todos los rincones del estado. Como el quinto sector de empleo más grande en Nueva York, el turismo respaldó 714.000 puestos de trabajo y generó más de \$29.000 millones en salarios en el 2012. Uno de cada 12 puestos de trabajo en Nueva York está relacionado con el turismo. Los más de 202 millones de visitantes nacionales e internacionales que visitaron el Empire State el año pasado dieron como resultado \$57.000 millones en gastos directos del turismo y generaron \$7.000 millones en impuestos estatales y locales.

“El estado de Nueva York tiene algunas de las atracciones turísticas más hermosas del mundo. Desde los picos de Adirondacks hasta las playas de Long Island, sin importar lo que esté buscando, lo puede encontrar aquí”, dijo el Gobernador Cuomo. “Yo quiero que el mundo también conozca estos recursos y estoy comprometido en hacer del estado un destino global que “debe verse” y en crear nuevos puestos de trabajo e inversiones en Nueva York”.

Después de discutir con expertos en turismo y escuchar sobre las inquietudes e ideas de funcionarios de turismo local e internacional, el Gobernador anunció una serie de iniciativas diseñadas para hacer del estado de Nueva York la capital turística del mundo:

Mayor nivel de financiamiento en turismo en décadas: el Gobernador anunció que el estado invertiría casi \$60 millones en financiamiento en turismo, el nivel más alto de financiamiento en turismo en décadas, haciendo del estado de Nueva York el tercero en el país en dicho financiamiento. El año pasado, el estado invirtió \$19 millones en financiamiento en turismo.

Nueva campaña de marketing AMO NUEVA YORK con la Autoridad Portuaria y la Autoridad Metropolitana de Transporte (MTA, por sus siglas en inglés) para promover los destinos turísticos del

Spanish

norte de Nueva York: bajo la sociedad anunciada el día de hoy, la MTA y la Autoridad Portuaria proporcionarán \$2 millones de dólares en espacios publicitarios en subterráneos, sistemas de autobús y trenes de pasajeros, así como en puntos de llegada y quiscos en aeropuertos para promover el turismo en el norte del estado.

- **La sociedad MTA/AMO NUEVA YORK** dará como resultado más de 7.000 espacios publicitarios en todos los sistemas de trenes subterráneos, autobuses y trenes de pasajeros. Esto incluirá 2.500 carteles en estaciones de trenes subterráneos, plataformas y vagones; 2.600 avisos en autobuses de la ciudad de Nueva York; 2.000 avisos en trenes de Metro Norte y la Vía Férrea de Long Island (LIRR, por sus siglas en inglés); y avisos en 250 plataformas de estaciones Metro Norte y LIRR promoviendo el turismo en el norte del estado. El año pasado, más de 8,5 millones de personas viajaron en trenes subterráneos, autobuses y trenes de pasajeros del estado todos los días. Además, la MTA y AMO NUEVA YORK serán co-marcas de los paquetes de destino y escapes turísticos en playas de Long Island y Hudson Valley, bodegas, parques y atracciones.

- **La sociedad de la Autoridad Portuaria/AMO NUEVA YORK** dará como resultado publicidad en los centros y servicios de viajes más importantes de la Autoridad Portuaria: el Aeropuerto JFK, el Aeropuerto LaGuardia, PATH, el Aeropuerto Stewart, la Terminal de Autobuses de la Autoridad Portuaria y JFK AirTrain. Los espacios publicitarios puestos a disposición para esta campaña por la Autoridad Portuaria incluirán: vías de pasajeros en las terminales 1 y 5 de JFK, presentando publicidad en las paredes y ventanas interiores; grandes pancartas en exteriores en las terminales 1 y 4 de JFK, diseñadas para capturar la atención de viajeros internacionales; 13 señales “dinámicas” retroiluminadas en las terminales de JFK, LaGuardia y Stewart; publicidad “camino a través de la historia” presentada en publicidad en vehículos de PATH y AirTrain, así como carteles en la plataforma de la estación; señalización e información de “Amo Nueva York” en quiscos de información para viajeros ubicados en todas las terminales de los aeropuertos JFK, LaGuardia y Stewart; avisos de servicio público (PSA, por sus siglas en inglés) con el video de “Amo Nueva York” en el exhibidor exterior de la Autoridad Portuaria “Red de Medios de Comunicación” en la Terminal de Autobuses de la Autoridad Portuaria; y más de 20 recursos publicitarios impresos/digitales en interiores y exteriores en la Terminal de Autobuses de la Autoridad Portuaria, incluyendo forros de columnas de alta visibilidad.

- **Sociedades adicionales entre líneas aéreas y aeropuertos:** como primer punto de entrada para muchos viajeros y turistas, el Gobernador anunció nuevas iniciativas para darle la bienvenida a los visitantes al Empire State e informarles sobre los muchos recursos y atracciones del estado. Esto incluirá personas dando la bienvenida en el lugar y centros de bienvenida en los aeropuertos de Nueva York. El Gobernador también anunció que los aeropuertos del estado presentarán Prueba Nueva York. Adicionalmente, el Gobernador anunció que Delta Airlines comenzará a presentar anuncios publicitarios de AMO NUEVA YORK en su revista del avión a partir de este mes.

Comisión de Deportes y Eventos Especiales del Estado de Nueva York: el Gobernador anunció que el estado creará una Comisión de Deportes y Eventos Especiales. La comisión tendrá a cargo el reclutamiento de eventos deportivos y otros eventos especiales en lugares en todo el estado, así como estará compitiendo por una parte de la industria del turismo y deporte global de \$600.000 millones.

Nuevos centros de bienvenida en cruces fronterizos e interestatales: los centros servirán como núcleos de información sobre los recursos y atracciones del estado. También se colocarán nuevas señalizaciones en forma estratégica, mostrando las atracciones locales en estos cruces fronterizos e interestatales.

Nuevos esfuerzos de marketing de Prueba Nueva York: según lo anunciado el día de hoy, los productos de Prueba Nueva York se venderán en paradas de descanso estratégicamente ubicados en todo el estado. El Gobernador también anunció que habrá una carpa de Prueba Nueva York en el Torneo PGA de este año en Rochester, vendiendo y entregando muestras de productos Hechos en Nueva York a los asistentes al torneo.

Campaña de Turismo Internacional: desde Asia hasta Sudamérica: el Gobernador anunció una campaña de turismo internacional, AMO NUEVA YORK ASIA / AMOR NUEVA YORK SUDAMÉRICA, que invitará a personas del extranjero al Empire State y tendrá presencia en mercados emergentes como China y Brasil. Habrá representantes del estado de Nueva York en partes de Asia y Sudamérica para promover el Empire State como un destino de viaje principal y para ayudar a planear los itinerarios.

Nueva información sobre turismo para los responsables en la toma de decisiones: Empire State Development será una cámara de compensación de métricas turísticas, ofreciendo a los negocios de Nueva York un lugar a dónde ir para obtener información sobre cómo comercializarse mejor ante los visitantes y cómo atraer turistas.

AMOR NUEVA YORK en Times Square: la Alianza de Times Square Alliance ha aceptado proporcionar el espacio estatal en el Centro para Visitantes para ayudar a comercializar las atracciones del estado a los más de 400.000 turistas que pasan por el Times Square todos los años.

AMO NUEVA YORK LGBT: el Gobernador anunció una iniciativa de turismo nicho de Amo Nueva York LGBT para comercializar el estado de Nueva York a la comunidad de LGBT, la cual justifica aproximadamente \$70.000 millones en gastos de turismo en los EE.UU. todos los años.

La cumbre del día de hoy sigue una serie de otras iniciativas encabezadas por el Gobernador Cuomo, incluyendo Nueva York abierto para la pesca y la caza, Camino a través de la historia, Turismo de vino, cerveza y licores y el Desafío de Adirondack, diseñado para atraer a nuevos visitantes, crear nuevos puestos de trabajo y resaltar la belleza natural y las atracciones sin igual del estado.

###

Noticias adicionales disponibles en www.governor.ny.gov

Estado de Nueva York | Executive Chamber | press.office@exec.ny.gov | 518.474.8418

Spanish