

CruisesNews Media Group

Edif. Alba - C/ Rosa de Lima, 1,
28290 Las Matas • Madrid
Telf.: +34 91 630 64 99
Fax: +34 91 831 63 24
e-mail: informacion@cruisesnews.es

CruisesNews
MEDIAGROUP
Where the cruise things are...

ES UN PRODUCTO

NOTA DE PRENSA / 2 de noviembre 2011

ESPAÑA RESPONDE A LAS NUEVAS EXIGENCIAS MUNDIALES DEL SECTOR DE LOS CRUCEROS

La I edición del INTERNATIONAL CRUISE SUMMIT ha constatado la buena salud del sector de los cruceros a nivel internacional, así como el claro crecimiento de este mercado en nuestro país.

Con más de 350 delegados y una veintena de ponentes internacionales, el INTERNATIONAL CRUISE SUMMIT, organizado por CRUISES NEWS MEDIA GROUP, se ha consolidado, en su primera edición, como el principal foco de discusión sobre el producto crucero y su industria en Europa.

El evento congregó a representantes de autoridades portuarias, consignatarios y tour operadores, así como de las administraciones públicas, responsables de promoción turística, agencias de viajes y responsables de establecimientos de hostelería y ocio turístico, proveedores e industria auxiliar. Durante dos jornadas, los profesionales han analizado la evolución del mercado, el impacto económico, la planificación de itinerarios y la venta del producto crucero por parte de las agencias de viaje.

Objetivo cumplido

Uno de los objetivos esenciales del INTERNATIONAL CRUISE FORUM ha sido conseguir reunir en un mismo espacio a destinos e industria, así como impulsar el soporte y apoyo de las principales entidades de promoción turística españolas. En este sentido es importante señalar que durante el evento TURESPAÑA anunció la inclusión de los cruceros como producto en su nuevo plan de marketing y promoción, y que Puertos del Estado, dependiente del Ministerio de Fomento, también prometió un mayor impulso al sector en su promoción internacional.

Conclusiones Cruceros a nivel mundial

- 1.- Sigue la tendencia al alza en la demanda de cruceros a nivel internacional, con crecimientos importantes en EEUU y Europa.
- 2.- Aparecen nuevos mercados importantes, con especial atención al mercado asiático.
- 3.- Se ha notado una bajada de la edad media del pasajero de crucero, que anteriormente estaba entre los 60 y los 70 años de edad, y que ahora se ha visto reducida porque están viajando familias con niños.
- 4.- Si bien el buque en sí es un destino, y las compañías de crucero se esmeran por ofrecer a sus pasajeros lo mejor a bordo, los lugares que el buque visita continúan siendo el primer motivo elegido por los cruceristas para navegar.

Conclusiones en Cruceros en España

- 1.- Gran capacidad de crecimiento del sector en España, con tan solo un 1% de la cuota de mercado, mientras que en EEUU, donde el crucero tiene una mayor tradición, llega al 3%.

- 2.- Surgen nuevos puertos y destinos en España lo cual es positivo para la industria y no perjudica a los puertos actualmente visitados, ya que estas nuevas incorporaciones son necesarias para enriquecer los itinerarios, y para que la zona tenga capacidad para responder al actual aumento del sector.
- 3.- España no es todavía un mercado maduro.
- 4.- España, además, ha encontrado un nuevo segmento de actividad: el negocio de las reparaciones de barcos de cruceros, de la mano de Navantia
- 5.- Cada vez más, los destinos están intensificado su promoción especializada para el sector de los cruceros y apoyan, por lo tanto, al impulso que hacen los puertos españoles
- 6.- Crece el impacto económico de los cruceros en España, que ha generado en España un gasto directo de 1.200 millones de euros en 2010, creando 25.200 empleos, además de pagar 729 millones en salarios

Conclusiones sobre la venta de las agencias de viaje

- 1.- Las compañías navieras solicitan un mejor conocimiento del producto por parte de los agentes de viaje. El actual conocimiento del sector por parte de las agencias, no convence a las compañías navieras.
- 2.- El futuro en la comercialización pasa inexorablemente por más de un canal de venta. Además de las agencias de viaje, llegará la venta directa, la venta on line es una realidad, aunque las navieras van a seguir apostando por las redes de agencias de viaje
- 3.- Es necesaria la especialización en cruceros. En este sentido ha quedado demostrado que las agencias que mejor conocen el producto, son las que más venden. La experiencia de los mercados internacionales también indican la misma tendencia.
- 4.- Los ajustes del mercado que llevan a una reducción de los precios en el pasaje, es una realidad y una respuesta al comportamiento del mercado: el usuario en la actualidad no está dispuesto a pagar precios más altos. Todos los mercados internacionales más maduros que España, han crecido también con una evolución a la baja de los precios y es una tendencia normal de los mercados.

SOBRE CRUISES NEWS MEDIA GROUP

Compañía española especializada en promoción, comunicación y marketing nacional e internacional para el sector de los cruceros, que trabaja con el objetivo de posicionar España como destino de cruceros y promocionar los cruceros como forma vacacional.

CRUISES NEWS MEDIA GROUP mantiene una división de medios de comunicación especializados como la revista CruisesNews o el boletín digital e-CruisesNews, una división de Eventos que organiza los Cruise Forum y los Premios Excellence de Cruceros, y una tercera división de servicios, dirigida a navieras, autoridades portuarias, ciudades y destinos, tour operadores de cruceros y servicios portuarios para potenciar este sector y su industria en España. Por primera vez organiza el INTERNATIONAL CRUISE SUMMIT.

INFORMACION

Virginia López Valiente
 Marketing & Communications Director
 CRUISES NEWS MEDIA GROUP, S.L.
 Rosa de Lima, 1
 28290 Las Matas - Madrid
 Tel. + 34 91 630 64 99
 Fax. + 34 91 831 63 24
 virginia.lopez@cruiseshnews.es
 www.cruiseshnews.es

MAIN SPONSORS



SPONSORS

SUPPORTED BY:

