



ANÁLISIS DE PRODUCTO: CRUCEROS MARÍTIMOS

Todo bajo control

Por Redacción

Los operadores de cruceros marítimos quieren ser tenidos en cuenta por los organizadores de convenciones y eventos. Y para eso ofrecen como atractivos el control del gasto y la presencia en las sesiones, en torno a una oferta nacida para el viajero vacacional pero que se puede adaptar perfectamente al corporativo. Desde sesiones de *brainstorming* a fiestas memorables, desde formaciones a programas de *teambuilding*... todo en un mismo espacio con sólo soltar amarras.



Muchos sueñan con relajarse en un crucero, pero pocos piensan en hacerlo con sus compañeros de trabajo, aún menos con sus jefes. Las navieras luchan por cambiar esta idea y porque el sector les tenga en cuenta como transporte, *venue*, hotel, restaurante, espacio para actividades de *teambuilding*... es decir, todo lo que forma parte de una convención o viaje de incentivo y sin necesidad de recorrer más distancia que separa el lugar del evento o actividad y el camarote.

Ventajas

La primera de todas es el control: a bordo de un buque con excursiones cerradas y menús estipulados en los que ya se han negociado hasta las propinas no hay lugar para sorpresas. En segundo lugar, el control de la asistencia: el participante en una convención o congreso a bordo no tiene más excusa para no asistir que la de haberse quedado disfrutando de las instalaciones. No hay atasco en ciudad o retraso en un transporte que valga. En tercer lugar: la variedad de la oferta a bordo para los momentos lúdicos: desde espectáculos musicales a cenas temáticas, pasando por actividades deportivas o sesiones de *spa*.

A bordo de un crucero hay elementos de sobra para componer un programa de divertimento y cohesión de equipos que acompañe a un programa de trabajo. En cuarto lugar, aunque cada vez más hay quien lo considera secundario, está

el aliciente de visitar destinos de interés en las escalas. Y es que los navíos de crucero cada vez se parecen más a ciudades flotantes que uno ni siquiera puede conocer en su totalidad durante una travesía. Por eso los proveedores apuestan por mantener a los grupos a bordo. Aún más teniendo en cuenta que los servicios son completamente personalizables. En cuanto a los espacios de trabajo, algunos barcos disponen de auténticos centros de convenciones, la mayoría de salas equipadas con la última tecnología. Es posible personalizar la señalización para que nadie se pierda de camino a su evento, entregar *amenities* o regalos específicos para cada asistente, decorar las mesas con la marca corporativa... es decir, crear un ambiente de trabajo allí donde el asistente puede sentirse, por momentos, de vacaciones.

El nivel de servicio, con una tripulación muy numerosa acostumbrada a gestionar flujos muy amplios, es otra de las bazas fuertes. La sensación de que la empresa u organizador se ha esforzado por ofrecer al asistente una estancia que muchos sueñan para su tiempo de ocio juega un papel fundamental en el recuerdo que el invitado registrará: ése tan importante para que la convención o incentivo sea o no un éxito.

Desventajas

Como cualquier producto también tiene sus desventajas: la más evocada es la de tener que compartir espacio con viajeros que realmente están de vacaciones. Igual de relevante es la duración de las travesías y la imposibilidad de ajustar algunos itinerarios. Sin embargo, esto está cambiando: las navieras, conscientes del potencial de sus productos con vistas a los grupos de empresa, están sabiendo adaptarse y ofrecen espacios de acceso exclusivo e itinerarios de menos duración.

Otro obstáculo con el que se encuentran los organizadores es la antelación con la que es necesario negociar una privatización completa, no ya de un barco entero, sino de zonas exclusivas de los mismos. A veces son necesarios hasta dos años: algo difícil de cuadrar en un contexto en el que los presupuestos a medio plazo pueden verse afectados y, con ellos, la realización del viaje de incentivo o convención.

Pullmantur

Destaca los equipamientos tecnológicos como uno de los puntos fuertes para los organizadores, además de sus capacidades para grupos de 15 a 2.000 personas. Una comparativa hecha por la propia marca demuestra que hay servicios que no tienen por qué encontrarse en un hotel especializado en convenciones pero que con total seguridad se incluyen en sus barcos: gimnasio completo, *spa*, oferta de restauración tanto a la carta como en bufé; equipamientos para actividades deportivas tales como escalada o pista de *footing*; servicio de fotografía; discoteca; *duty free*...

De cara a las empresas, se ofrecen otros servicios como la reserva de asientos en el avión que



traslade al grupo hasta el puerto de salida, desplazamiento privado entre aeropuerto y puerto, prioridad y asistencia en el embarque, productos de acogida *premium* en las habitaciones, personalización de las cartas en las cenas y asignación de mesas cuando se comparte el comedor con más viajeros; personalización de tarjetas magnéticas y del diario de a bordo; excursiones privadas, espacio exclusivo para el desembarque... todos destinados a que el grupo no se sienta perdido entre la multitud que puede llegar a viajar en un barco de crucero.

Y es que el Sovereign, el barco más grande de Pullmantur, puede transportar hasta 2.733 pasajeros. Incluye dos salas de conferencias para grupos de trabajo de hasta 80 participantes en cada una. Diez bares y restaurantes incluyen formatos más cuidados como el del Wu Fusion, de cocina asiática a la carta. Este barco parte de Barcelona para cruceros de ocho días y escalas en Túnez, Italia, Francia y Mónaco. También tiene salidas desde Valencia con escalas en Málaga, Cagliari y Civitavecchia en Italia, Ajaccio en Francia y Palma de Mallorca de regreso a España. Otras opciones acortan la duración del crucero a cinco o seis noches a bordo.

Royal Caribbean

Ofrece salones de reuniones con capacidades que abarcan de las cinco a las 1.400 personas y, para los grupos más selectos, encuentros en los puertos e islas privados a los que tiene acceso la naviera en las Islas Bahamas o Haití.

Sin necesidad de bajar a tierra, se pueden organizar actividades que pocos podrían imaginar a bordo de un barco: surf, patinaje sobre hielo, tirolesa, minigolf o disfrutar de un baño de relajación en un *jacuzzi* colgante. En cuanto a itinerarios, los barcos de Royal Caribbean recorren el Mediterráneo, el Báltico y el Caribe en trayectos que duran de cinco a siete días.

MSC Cruceros

Los grupos de trabajo pueden disfrutar de las instalaciones de los barcos que recorren el mar Mediterráneo, Islas Canarias, el Norte de Europa, el mar Caribe y las Antillas, Sudáfrica, Sudamérica y los Emiratos Árabes. El navío MS Fram cuenta con 280 camas y restaurante panorámico, además de salones para conferencias y *jacuzzi* exterior, muy utilizado en los incentivos para relajarse tras una jornada de trabajo o excursiones.

En los barcos MSC Divina, MSC Fantasia, MSC Splendida y MSC Preziosa, el servicio MSC Yacht Club se ofrece a los organizadores de eventos más exclusivos que quieren disfrutar del navío en espacios aislados del resto de viajeros y, cómo no, en las mejores zonas del barco: además de disponer de una cubierta reservada, incluye un salón panorámico, piscina, bañeras de hidromasaje y zona de solárium de acceso restringido.

En cuanto a rutas, la naviera opera cruceros en Alaska, Islas Bermudas, Canadá y Nueva Inglaterra, Canal de Panamá y Riviera Mexicana, Caribe e Islas Bahamas, Hawái, Mediterráneo, Báltico y Sudamérica, además de programar trayectos transatlánticos en sus cruceros de mayor duración.

NCL

Pionera en el *freestyle cruising*, con horarios y códigos de vestimenta más flexibles, ofrece la posibilidad de reservar a partir de ocho camarotes para grupos profesionales de entre 16 y 2.000 personas. También cuenta con espacios exclusivos a bordo en forma de villas en la parte superior de los buques. A diferencia de otras compañías, no se exigen las propinas que pueden ser difíciles de gestionar por el organizador, si bien éste es un aspecto que se puede tarifar previamente.



Hurtigruten

No sólo es conocida por operar el "Expreso del Litoral" en los fiordos noruegos. También por emplear uno de sus doce barcos en recorridos por la Antártida, con salidas de noviembre a febrero; y Groenlandia y Spitsbergen, con salidas en junio, julio y agosto.

Las propuestas para incentivos harán soñar a más de uno: *kayak* en el océano helado, excursiones en trineo bajo la aurora boreal, recorridos en moto en fiordos helados, navegación entre icebergs, paseos entre pingüinos ante glaciares gigantescos y cócteles exclusivos frente a paisajes espectaculares. La naviera propone circuitos específicos para grupos en viaje de recompensa con duración entre cuatro y once días, siendo los más largos los destinados a descubrir los continentes helados.

Star Clippers

El velero se presta fácilmente a una privatización completa con el aliciente de poder implicar a los asistentes en el manejo del barco. Star Clippers tematiza algunos de sus itinerarios, como el Yoga Cruise. Además, desde un velero es más fácil organizar actividades acuáticas. Es posible adaptar los itinerarios según las necesidades de la empresa. Los cruceros estándar recorren Cuba, el Canal de Panamá, el Mediterráneo y el Caribe con escalas diarias.

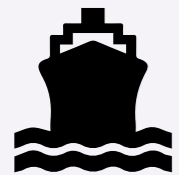
El crucero es una opción que cada vez interesa más a los organizadores y es fácil comprender por

qué: todo se puede negociar con antelación, desde las propinas a la conexión a internet, pasando por las bebidas o el uso de determinados espacios. Incluso sin programar salidas del barco, el mar genera una sensación de libertad que cualquier grupo apreciará. La tendencia apunta precisamente a un aumento de la oferta a bordo y una reducción de las escalas, en la línea de que el incentivo es cada vez más el barco en sí y menos el recorrido que realiza.

Quienes ya han elegido un crucero priorizan la relación calidad-precio y el puerto de salida, así como la reputación de la naviera en un mercado que aglutina cada vez más oferta y cada vez más lujo. Esto se percibe en la calidad de los productos de acogida, la gastronomía a bordo, que se exige variada y de alta calidad, y la gestión de los eventos en base a una señalización y personalización de espacios y detalles que incluya el logo de la empresa.

El tamaño de los cruceros permite que nadie se sienta 'encerrado' mientras disfruta de servicios de alta gama en un producto especializado precisamente en generar esta sensación sin que los precios sean más altos que los de cualquier hotel de la misma categoría. En un contexto que impone controlar todo lo que rodea al viaje o evento, ésta es una de las opciones que mejor combina trabajo y ocio.





Buques que circulan en 2014:

410



Número de camas a bordo:

467.629

Tendencias en el mercado:



Mejora de la conectividad a bordo



Aumento de los paquetes cerrados



Ampliación de la oferta de actividades a bordo



Reducción de las escalas

Motivos por los que se elige un crucero:



86,6%

Óptima relación calidad-precio



77%

Interés de los itinerarios



77%

Reputación de la naviera elegida



76%

Puerto de salida



76%

Calidad de los productos de acogida y animaciones a bordo

Dónde navegan los cruceros:

4,5%
Alaska

11,1%
Europa

18,9%
Mediterráneo

37,3%
Caribe

4,4%
Asia

3,3%
Sudamérica

5,9%
Australia

Fuente:
Cruise Lines International Association (CLIA)



Meetings

Desafíe lo cotidiano

UNA ALTERNATIVA

QUE MARCA LA DIFERENCIA

HABLAMOS
TU IDIOMA

NOS ENTENDEMOS
CONTIGO A LA PERFECCIÓN

EL MEJOR
SERVICIO

PREMIO EXCELLENCE
5 AÑOS CONSECUTIVOS

MÁS DE 10 AÑOS DE
EXPERIENCIA

EQUIPO PROFESIONAL
Y DE CONFIANZA

ESPACIOS E ITINERARIOS
PERSONALIZADOS

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
A MEDIDA



www.pullmantur.es/eventos

