

Una acción conjunta en Estados Unidos busca aumentar la llegada de cruceros

La promoción coincide con el momento en que las compañías diseñan los itinerarios que comercializarán en la temporada 2016-17

PIJAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Todos a una para consolidar la recuperación del sector de cruceros en Málaga y conseguir que el puerto despegue con fuerza tras un periodo de varios años de pérdida de viajeros y de escalas, que terminó el ejercicio pasado con un incremento del 2,4% de cruceristas en la capital de la Costa. Una delegación de Málaga, integrada por representantes del área de Turismo del Ayuntamiento, Turismo Costa del Sol, la Autoridad Portuaria, Málagaport y Cruceros Málaga, realizará esta semana unas visitas comerciales a las principales navieras, radicadas en Estados Unidos. La actuación, que se desarrollará entre los próximos días 17 y 19, viene a coincidir con el periodo en que estas compañías toman las decisiones sobre los itinerarios que diseñarán para comercializarlos en 2016-17.

El objetivo es estrechar relaciones que redunden en el aumento del número de escalas y en el posicionamiento de nuevos buques con base en el Puerto de Málaga. «La acción se ha organizado para que tenga lugar coincidiendo con las fechas en las que las navieras se encuentran en fase de planificación de itinerarios, momento ideal para influir en sus decisiones y que visiten Málaga o la incluyan entre sus puertos base. De hecho, ya el pasado año se constató la satisfacción de las compañías con los servicios ofrecidos por el Puerto y la oferta turística que ofrecen tanto la ciudad como la Costa del Sol», explicaron en un comunicado conjunto.

Más de 65 visitas

Las navieras que van a visitar en esta promoción tienen previsto realizar este año en Málaga más de 65 visitas, lo que pone de manifiesto la importancia de esta acción promocional. El itinerario arrancará el próximo martes en Miami donde los miembros de



Un barco de cruceros, atracado en el puerto de Málaga. :: SUR

la delegación de Málaga se reunirán con los responsables de operaciones portuarias, itinerarios, excursiones y productos de Carnival, Norwegian Cruise Line, Royal Caribbean, Azamara y Celebrity Cruise Line.

Acompañados por las directoras de la Oficinas Españolas de Turismo (OET) en Miami y Los Angeles,

Mónica Sánchez y Belén González, respectivamente, se trasladarán el miércoles hasta Orlando donde mantendrán un encuentro con los directivos de Disney Cruise Line, que por primera vez operó en Málaga el pasado año con dos escalas que despertaron gran interés en la ciudad. Finalmente, el jueves 19,

terminarán la acción en Seattle, donde se reunirán con los responsables de Holland America Cruise Line, Seabourn Cruise Line y Windstar para fijar ya la estrategia de trabajo de cara a la temporada 2016 en la que prevén que se produzca el gran salto, coincidiendo con el aumento de las flotas.

Un sector con un impacto en Málaga de 30 millones de euros

Los responsables de las distintas administraciones coinciden en que se trata de un segmento estratégico para la ciudad, con un impacto económico de 30 millones de euros al año, sin sumar el gasto realizado por los tripulantes que hayan podido bajar a visitar la capital. Ante un 2015, que ha sido

definido como de transición en el que se consolidarán las cifras actuales, el concejal de Turismo, Julio Andrade, resaltó: «trabajando todos en la misma dirección conseguiremos que el puerto de Málaga siga siendo uno de los más importantes del Mediterráneo». Con la previsión de alcanzar en este ejercicio 245 atraques y 527.492 cruceristas, en plena ocupación, el presidente de la Autoridad Portuaria de Málaga, Paulino Plata, destacó: «Puerto y destino están en constante evolución. Acciones

como ésta nos permiten actualizar la información a las navieras. Este año nos dirigimos a EE.UU. con muchas novedades: mejores precios, nuevos servicios y nuevas oportunidades para que Málaga sea un puerto atractivo». El presidente de Turismo Costa del Sol, Elías Bendodo, recalcó el «papel fundamental» del turismo de cruceros para impulsar a la Costa como un destino de referencia internacional. «Es necesario que las navieras conozcan en profundidad nuestros atractivos», dijo.