

## Comisiones de Trabajo

### COMISIÓN

Comisión 2 - Comercial y Marketing

### TEMA

C2.1 Captación Tránsito: Ferias y Otros

### FECHA DE ACTUALIZACIÓN

Octubre 2025

### RESPONSABLE

Comisión Comercial y Marketing

### PALABRAS CLAVE

Ferías náuticas, marketing digital, ROI, revenue management, partnerships

## C2.1 CAPTACIÓN TRÁNSITO: FERIAS Y OTROS

# FICHA DE RESUMEN

## CONTEXTO Y PROPUESTA DE VALOR

Captación de tránsito constituye línea de ingresos de alto potencial requiriendo estrategias equilibradas entre inversión promocional y rentabilidad. Diversidad de canales disponibles y evolución del navegante demandan expertise compartido para optimización de retorno de inversión.

## PROBLEMÁTICAS CRÍTICAS IDENTIFICADAS

**Participación estratégica en ferias náuticas:** Selección mediante análisis ROI considerando perfil visitantes y generación de leads. Coordinación territorial mediante asociaciones para optimización de costes y propuestas conjuntas.

**Desarrollo de canales digitales especializados:** Evaluación de plataformas náuticas analizando comisiones y calidad de clientela. Gestión de presencia múltiple y optimización de posicionamiento.

**Redes comerciales y partnerships estratégicos:** Desarrollo de relaciones con brokers y charters para flujos estables. Colaboraciones entre puertos para rutas náuticas promocionales.

**Segmentación y propuestas diferenciadas:** Adaptación a diversidad de mercado con requerimientos específicos. Gestión multidioma y servicios estacionales para optimización de ocupación.

## VALOR ESPECÍFICO PARA RESPONSABLES

Acceso a evaluaciones de efectividad de canales y estrategias contrastadas de ferias. Optimización de presupuestos mediante referencias de ROI. Desarrollo de capacidades comerciales y red sectorial.

## LÍNEAS DE TRABAJO PRIORITARIAS

**Evaluación de efectividad de ferias náuticas:** Criterios de selección basados en ROI y metodologías de medición de resultados.

**Optimización de presencia digital especializada:** Análisis comparativo de plataformas y estrategias de marketing digital.

**Desarrollo de redes comerciales territoriales:** Partnerships estratégicos y colaboraciones para rutas promocionales.

**Análisis de rentabilidad y pricing dinámico:** Metodologías de revenue management y optimización de ocupación.