



# CONVERSANDO CON BALEÀRIA

# 1

**Baleària empresa fundada en 1998 se ha convertido en líder del transporte marítimo de pasajeros y carga. ¿Podría explicar la evolución de esta trayectoria en cifras y rutas?**

Cuando empezamos hace más de 20 años solo cubríamos las rutas desde Ibiza a Palma, Dénia y Formentera, y ahora tenemos 23 líneas operadas por 30 buques en cinco países. Nos hemos convertido en la naviera líder en el transporte de pasajeros, vehículos y mercancías en las Baleares, donde nació nuestra empresa. Pero también operamos en Ceuta (desde 2006) y en Melilla (desde 2016). En cuanto a las rutas internacionales, la primera fue Tánger-Algeciras (2003), pero la que marcó la etapa de la internacionalización fue la apertura de nuestra filial Baleària Caribbean, que opera entre los Estados Unidos y Bahamas. En los últimos años hemos abierto una segunda ruta con Marruecos y otra con Argelia. En cuanto a nuestra aportación a la sociedad, nos definimos como una empresa ciudadana y responsable, que ha asumido la Agenda 2030 de las Naciones Unidas como la hoja de ruta que guía nuestra actividad en los ámbitos de la sostenibilidad económica, social y ambiental. La dimensión de la compañía se puede ver en las cifras del año pasado, en que transportamos más de 4 millones de pasajeros y 6 millones de metros lineales de carga y facturamos 452 millones de euros.

*Jorge Raheb Vidal, Responsable de Estrategia de Ventas*





# CONVERSANDO CON BALEÀRIA

**2** **Hablando de rutas, ¿cuáles son las que ofrecen en la actualidad y hasta que fecha del año serán operativas?**

La situación actual de nuestras rutas está condicionada por la pandemia sanitaria, que nos ha afectado gravemente como a todo el sector turístico y a la sociedad en general. Durante el estado de alarma, seguimos operando en todas las rutas (excepto la de Argelia) transportando mercancías, y asumiendo así nuestro compromiso social de garantizar el suministro de bienes de primera necesidad, a pesar de que la situación era complicada. Cuando se levantaron las restricciones a la movilidad empezamos a operar de nuevo con pasajeros en todas las rutas nacionales, y seguiremos haciéndolo en los próximos meses adaptando los horarios y frecuencias en temporada baja. Sin embargo, las rutas internacionales no han podido recuperar la normalidad, debido al cierre de fronteras de Marruecos, Argelia y Bahamas.

**3** **Baleària está muy implicada con la sostenibilidad y la implantación del gas natural en sus barcos, ¿nos puede explicar su planificación al respecto?**

Somos una naviera pionera a nivel mundial en el uso de gas natural; el año pasado fuimos los primeros en navegar en buques de nuestra clase en el Mediterráneo, el Estrecho y las Canarias con esta energía más limpia y respetuosa. En Baleària estamos convencidos que el compromiso con el medio ambiente es del todo compatible con la competitividad de la empresa, y por eso tenemos en marcha un plan inversor de 380 millones de euros para una flota de 9 barcos a gas natural, que tenemos prevista completar en 2021. En estos momentos disponemos de dos buques de nueva construcción y cuatro con motores adaptados para que puedan ir propulsados a gas, a los que se sumarán otras dos remotorizaciones y el primer fast ferry del mundo propulsado por motores internos a gas natural. Respecto a la sostenibilidad, tenemos otros proyectos menores, vinculados a recogida selectiva de residuos, a economía circular (construyendo el mobiliario exterior de algunos barcos con plástico reciclado equivalente al recogido a bordo), utensilios de un solo uso biodegradables en los bares de a bordo, o el uso de energías alternativas.



# CONVERSANDO CON BALEÀRIA

## 4

**Ante la situación derivada por las consecuencias del Covid-19, ¿cuáles son las medidas que ha implantado la compañía para garantizar la seguridad en sus barcos?**

Desde el inicio de la pandemia, la prioridad de Baleària ha sido garantizar la seguridad sanitaria en todos sus buques e instalaciones, preservando la salud de los clientes y empleados, por eso hemos llevado a cabo distintas acciones. Una de las más relevantes ha sido reducir la capacidad de todos nuestros barcos para poder facilitar en la medida de lo posible la distancia social, a pesar de que la normativa no señala ninguna restricción de plazas en los medios de transporte, así como tomar la temperatura a los pasajeros antes de embarcar. También hemos priorizado las tarjetas de embarque digitales, para evitar aglomeraciones en las taquillas, y en el caso de las rutas con Baleares hemos sido la primera naviera en enviarlas a través de WhatsApp. Además, se realizan limpiezas constantes con productos viricidas certificados para la desinfección del Covid-19, y en algunas zonas comunes se han instalado mamparas de separación. Según la normativa vigente el uso de mascarilla es obligatorio en el transporte público, y así lo vamos recordando mediante megafonía y cartelería. Quiero destacar que para garantizar la seguridad es necesaria la colaboración de todos, y estamos agradecidos de que los pasajeros cumplan las normas implantadas, que nos benefician a todos. Gracias a estos protocolos, Baleària ha sido la primera naviera del mundo en obtener la etiqueta Global Safe Site en el máximo grado (Excellence)

por la certificadora internacional Bureau Veritas. Ha validado nuestros procedimientos, con la garantía añadida de analizar periódicamente la posible presencia del virus, sin que se haya detectado en ninguno de los buques por el momento.

## 5

**Cuáles son los canales de venta principales de Baleària? Importancia del papel de las agencias de viajes. ¿Cómo creen que, en la medida de sus posibilidades, podrían contribuir a su recuperación?**

En Baleària apostamos por todos nuestros canales para potenciar las ventas, aunque los clientes se decantan por un canal de compra u otro dependiendo de las rutas. Respecto al canal online, a finales de 2019 lanzamos la nueva web, que se adapta a todos los dispositivos para obtener una correcta visualización. Hemos mejorado la usabilidad, el proceso de reserva de billetes y la búsqueda de información, contribuyendo así a un mayor crecimiento. En cuanto a las agencias de viajes, las consideramos un miembro más de nuestro equipo comercial, forman parte de nuestra fuerza de ventas. Desde el inicio de la crisis sanitaria, reforzamos nuestro equipo de soporte para las agencias de viajes, ubicándolas en el centro, al igual que hemos hecho con el cliente final. Seguimos trabajando en el portal de agencias para mejorar los flujos de información, el diseño de ofertas especiales y la formación de los agentes de viajes, sin olvidarnos en la fidelización del canal, punto clave para contribuir a su recuperación



# CONVERSANDO CON BALEÀRIA



## 6

### Valoración del verano 2020 y Planificación de la compañía para el 2021.

Ha habido una demanda considerable para el destino Baleares, donde hemos ofrecido unas frecuencias muy similares a la temporada anterior, y donde se ha concentrado prácticamente el 80% de nuestro tráfico en julio y agosto. En el caso de la ruta con Canarias, creada hace menos de dos años, el crecimiento ha sido positivo. En esta ruta hemos posicionado uno de nuestros smart ships y hemos ajustado la programación a dos rotaciones por semana. En el tráfico internacional, el cierre de fronteras de Marruecos, Argelia y Bahamas, nos ha afectado considerablemente; además, la cancelación de la Operación Paso del Estrecho también ha repercutido la demanda de las rutas de Ceuta y Melilla. La temporada de invierno la planteamos con cautela, pero con la intención de dar el mejor servicio posible que permitan las circunstancias, como llevamos haciendo siempre.

## 7

### En cuanto a servicios a bordo, ¿se ha implantado alguna novedad?

Las principales novedades se centran en los servicios digitales y las mascotas. Así, hemos seguido convirtiendo algunos de nuestros barcos en smart ships, que ofrecen una experiencia tecnológica completa a nuestros pasajeros. Estos barcos inteligentes ofrecen servicios como acceso a bordo y a las acomodaciones mediante código QR; una plataforma de entretenimiento online gratuita donde los pasajeros pueden ver series, películas o juegos; acceso a Internet y cobertura de WhatsApp durante toda la travesía para mensaje de texto, y en algunos buques, videovigilancia de las mascotas. Es decir, tenemos webcams en algunas jaulas para que los clientes que viajan con su mascota puedan ver en todo momento cómo está a través de su móvil. Y es que este target, el de pasajeros con animales de compañía, tiene mucho interés para nosotros. El año pasado viajaron 57.000 perros a bordo, y estamos dando respuesta a una demanda existente implantando en diez de nuestros barcos los camarotes adaptados para viajar junto con los animales. Es un servicio muy demandado y que está teniendo mucho éxito.





COLOMBIA 

# BAILA Y VIVE LAS EXPRESIONES CULTURALES DE NUESTRAS CIUDADES



COLOMBIA.TRAVEL



# HOY DESCANSAMOS EN...

**PALLADIUM**  
HOTEL GROUP



[Abrir vídeo en](#) 

Palladium Hotel Group nace a finales de los 60 en Ibiza con la intención de acercar el paraíso a los viajeros y ofrecerles experiencias increíbles. Hoy en día, cuenta con 50 hoteles ubicados en los destinos de España, México, República Dominicana, Jamaica, Italia y Brasil. Con el fin de personalizar la experiencia de nuestros clientes, Palladium Hotel Group opera bajo distintas marcas y submarcas.

**De Ibiza al mundo entero: We Have It All.**