UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN PUBLICIDAD
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL LANZAMIENTO DE LA PRIMERA LÍNEA DE CRUCEROS CON BANDERA VENEZOLANA: OLA CRUISES

MARCO GUASCHI HERRETES

TUTOR: MARIANDREINA BEHRENS SUÁREZ

Caracas, Abril 2010.

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención Publicidad
Trabajo Especial de Grado
Año Académico 2009 / 2010

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Código: _____

Nombre de la Tesis: Estrategia comunicacional para el lanzamiento de la primera línea de cruceros con bandera venezolana: Ola Cruises

Tutor: _____

Email: _____

Firma del Tutor: _____

Nombre Tesista: Marco Guaschi Herretes.
Cédula: 15.976.331 **Expediente:** 110652 **Mención:** Publicidad.
Teléfono: 0414-2034537 **Email:** mguaschi@gmail.com
Fecha de entrega: 13/04/10

ÍNDICE

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO……6

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 *Planteamiento del problema*…….8

2. 2 *Objetivo general / Formulación del problema*……..…….8

2. 2.1 *Objetivos específicos*…….8

CAPÍTULO III

MARCO CONTEXTUAL

3.1 *Target*……....9

3.1.1 Target primario…….….9

3.1.2 Target segundario: ……9

3.2 *Características del Target H y M > 25 años / CD*……..10

3.2.1 Demográficas:…….…….10

3.2.2 Socio-económicas: ……..10

3.2.3 Conductuales: ……..10

3.2.4 Psicográficas: ……..10

3.3 *Hábitos del target H y M > 25 años / CD*……..11

3.3.1 Perfil evaluado: ……..……11

3.3.2 Hábitos del targuet: ……11

3.3.3 Exposición del target a los diferentes medios……..11

3.4 *Penetración de medios en los estratos socioeconómicos C y D*…….12

3.5 *Otros aspectos a considerar:* ……..…12

3.5.1 Competencia…….12

3.5.2 Oportunidad turística……13

3.5.3 Precios competitivos……13

CAPÍTULO VI

PLAN DE ACTIVIDADES A SER LLEVADO A CABO POR EL PASANTE

4.1 Modalidad de Tesis: Pasantía……..……14
4.2 *Actividades*……..14
4.3 *Selección de medios*……16
4.3.1 TV abierta……16
4.3.2 TV cable……...…16
4.3.3 Prensa……...16
4.3.4 Radio……17
4.3.5 Publicidad exterior……...17
4.4 *Estrategia de medios*……...17
4.4.1 Etapa de lanzamiento……...17
4.4.2 Etapa de mantenimiento……...…18
4.5 *Implementación de medios*……..…18
4.5.1 Prensa……...…18
4.5.2 Revistas dominicales……19
4.5.3 Radio……19
4.5.4 TV por cable / cuñas grabadas…….……20
4.5.5 Cine……..…20
4.5.6 Publicidad exterior……...…21
4.5.7 Internet…….21

CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PASANTÍA

5.1 *Nombre del barco*……....22
5.2 *Concepto creativo*……...24
5.3 *Planteamiento comunicacional*……...24
5.4 *Textos avisos destinos*…….25
5.5 *Textos avisos emociones*…….....30
5.6 *Textos página Web*……..34
5.7 *Textos brochure para agencias de viaje*…….63

5.8 *Locución comercial de TV / Opción 1*……..…..69
5.9 *Locución comercial de TV / Opción 2*……....72
5.10 *Menciones en vivo Ola Cruises*…….....73
5.11 *Texto Big Boy Ola Cruises / agencias de viaje y exposiciones*…….75

5.12 *Texto Tend Card Ola Cruises / agencias de viaje y exposiciones*……76
5.13 *Texto HTML / envío digital a agencias de viaje*…….77
5.14 *Texto valla rodante*……78

CAPÍTULO VI
RESULTADO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES…….81

BIBLIOGRAFÍA……..…84

I. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

En Venezuela, la situación del control cambiario ha propiciado una disparidad entre la oferta y la demanda turística. Una considerable cantidad de consumidores no puede acceder a los planes de vacaciones que desean, por falta de presupuesto, o por la complejidad del sistema de adquisición de divisas para viajar. Dicha discrepancia, ha originado un boom de consumo masivo de las opciones vacacionales disponibles en el país.

Teniendo en cuenta lo anterior, queda evidenciado que existe una población activa de consumidores que anhelan descubrir nuevas alternativas de esparcimiento para su período de vacaciones.

Una opción de considerable interés para estos vacacionistas es el crucerismo. Expertos en turismo afirman que los cruceros son una elección turística muy popular a nivel mundial, ya que representan una oportunidad vacacional excepcional para el viajero, que incluye múltiples opciones de entretenimiento.

"Los cruceros permiten disfrutar de una excelente gastronomía, descubrir paisajes paradisíacos, disfrutar de juegos acuáticos y, además, controlar los gastos, ya que no tienes que estar preocupado por pagar comidas, hoteles o traslados. Es decir, sólo debes concentrarte en relajarte" (Juan Aguilera, 2009)

Recientemente la isla de Margarita se convirtió en un destino turístico de algunos cruceros que navegan a través de las aguas del Mar Caribe, pero aún así, disfrutar de unas vacaciones en dichas embarcaciones, representa un gasto considerable en dólares americanos. Además, existen otros destinos paradisíacos en las costas venezolanas como los Roques y la Tortuga, que no están estipulados en el itinerario de ninguna línea de cruceros.

Partiendo de las aseveraciones anteriores, surge la propuesta de lanzar la primera línea de cruceros de Venezuela. Esta iniciativa representa una oportunidad substancial para aprovechar los destinos turísticos costeros más apreciados por los venezolanos, y ofrecerle a los viajeros la

posibilidad de disfrutar las actividades y servicios de un crucero, sin la necesidad de trámites con el cupo de divisas de Cadivi

"¿Cuántos venezolanos no anhelan conocer las blancas arenas de Los Roques, las cristalinas aguas de la Isla La Tortuga o ir de compras a la Isla de Margarita? Pues este anhelo ya no será una ilusión… Gracias a la iniciativa de Ola Cruises –división de Saveca (Servicios Acuáticos de Venezuela, C.A.)– nace la Primera Línea de Cruceros con bandera venezolana que, a partir de noviembre [2009] con su crucero Ola Esmeralda, ofrecerá a los venezolanos la oportunidad de conocer los tres destinos en el mismo viaje, de forma cómoda, segura y asequible" (Pedro Yaselli, 2009)

Los viajes en el Ola Esmeralda "han sido diseñados para zarpar desde el Puerto de La Guaira, además no se necesita utilizar el cupo de Cadivi, ya que los precios son en bolívares. Por esta razón, Ola Cruises representa una gran oportunidad turística para todos los venezolanos quienes deseen tener unas vacaciones inolvidables" (Juan Aguilera, 2009)

Por eso, la iniciativa a desarrollar, relativa al lanzamiento de la primera línea de cruceros de bandera venezolana, constituye una propuesta novedosa, que representa el punto de partida para el desarrollo de Ola Cruises como medio turístico idóneo para vacacionistas venezolanos y extranjeros; lo cual implica el inicio de un proyecto de mayor envergadura.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 *Planteamiento del problema*

Partiendo de la evidente oportunidad turística que representa esta iniciativa, el siguiente proyecto tiene como finalidad el desarrollo de la estrategia comunicacional para el lanzamiento de Ola Cruises, la primera línea de cruceros con bandera venezolana; proyecto que será planificado, conceptualizado y ejecutado por el equipo de trabajo de la agencia de comunicaciones integradas Vapro.

2. 2 *Objetivo general / Formulación del problema*

"Desarrollar la planificación estratégica para el lanzamiento de la primera línea de cruceros con bandera venezolana: Ola Cruises"

2.2.1 *Objetivos específicos*

Posicionar a Ola Cruises como:

- La línea de cruceros líder del Caribe.
- La mejor opción vacacional tanto para los venezolanos, como para los visitantes del extranjero. Sustentando la información en la oportunidad turística, la accesibilidad de los costos y la calidad del servicio.

III. MARCO CONTEXTUAL

El mensaje de lanzamiento de la marca, será divulgado masivamente a partir del mes de septiembre (2009). Se desarrollará progresivamente –según la fase comunicacional que le corresponda– manteniendo especial énfasis en aquellos públicos que constituyen el target comunicacional del proyecto, mientras se continúe prestando el servicio de turismo marítimo.

3.1 *Target*

3.1.1 **Target primario:**

Hombres y mujeres venezolanos, de más de 25 años, nivel socioeconómico C y D.

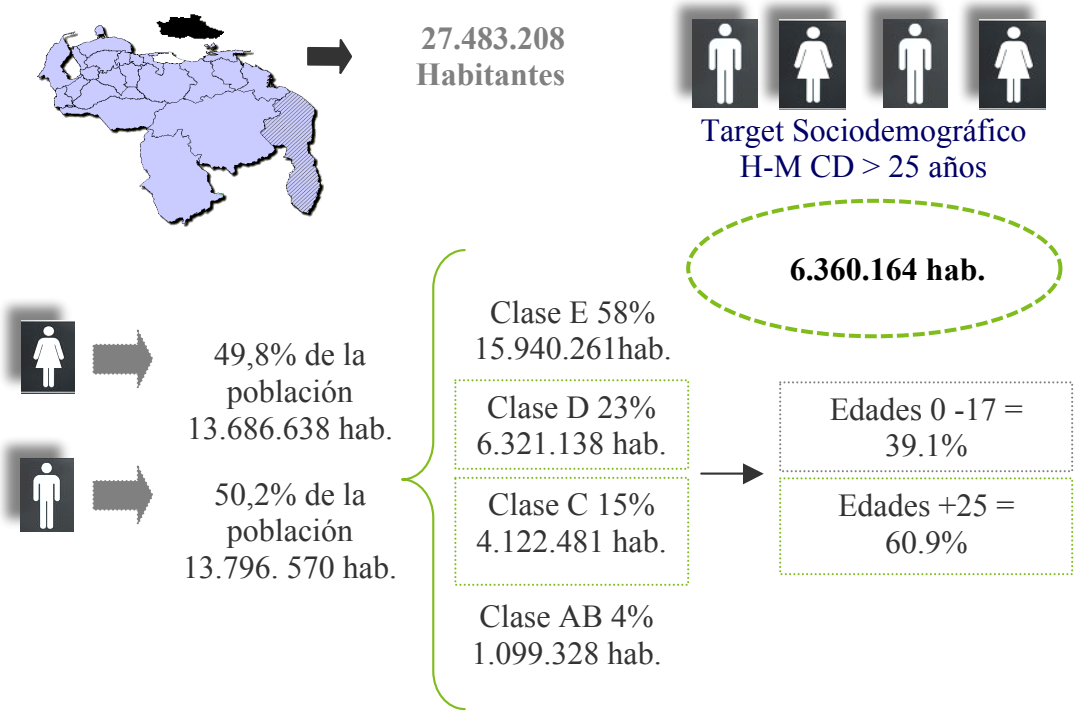


Figura 1. Cuantificación del target primario en la población de Venezuela.

3.1.2 **Target Segundario:**

Turistas interesados en conocer las bellezas de las playas venezolanas.

3.2 *Características del Target H y M > 25 años / CD*

3.2.1 **Demográficas:**

Hombres y mujeres mayores de edad.

3.2.2 **Socio-económicas:**

- NSE C y D. Con diversas ocupaciones que van desde profesionales, pasando por comerciantes, tanto formales como informales.
- El sector C trabaja para empresas privadas, y del estrato D son comerciantes informales.
- Cuentan con un ingreso mensual moderado, sin embargo tienen diversas prioridades.
- No tienen capacidad de ahorro: dinero que ganan lo gastan inmediatamente.
- A la hora de viajar, consideran como destino el interior del país por su capacidad financiera, o porque consideran engorrosas las gestiones para viajar al exterior: tramitaciones de pasaportes, visas, cupos Cadivi, permuta de moneda internacional, entre otros.

3.2.3 **Conductuales:**

- Son personas demandantes con los servicios, reclaman por sus derechos.
- Valoran la relación precio vs. valor. No pueden gastar en productos baratos para probarlos porque el riesgo es alto.
- Compran productos de marca, no sólo por un tema funcional sino también aspiracional.

3.2.4 **Psicográficas:**

- Les gusta estar a la moda, aparentar, lucirse ante sus cercanos, darse algunos lujos de vez en cuando. Son dinámicos.
- Son leales a las marcas siempre y cuando la misma le responda por sus exigencias.

3.3 *Hábitos del target H y M > 25 años / CD*

Los resultados que se van a exponer a continuación, se obtuvieron mediante una investigación realizada por la empresa Target Group Index Survey (TGI), basada en una entrevista personal a través de un cuestionario estructurado.

Se utilizó como instrumento un cuadernillo auto-aplicado para que el entrevistado respondiera individualmente en su casa.

3.3.1 **Perfil evaluado:**

Hombres y mujeres, entre de 25 años y + años de estratos C-D en las principales ciudades del país: Caracas, Maracaibo, Barquisimeto, Maracay – Valencia y Puerto la Cruz Barcelona.

- Fecha trabajo de campo y muestra: 1era. medición 2009.
- Tamaño de la muestra: 4.000 encuestas.

3.3.2 **Hábitos del targuet:**

• Les gusta ir de compras a centros comerciales.
• Planifican viajes a la playa en vacaciones.
• Les agrada escuchar música y leer libros.
• Les gusta salir a caminar y reunirse con los amigos.
• Disfrutan decorar la casa.
• Frecuentemente van al cine y salen a bailar.

3.3.3 **Exposición del target a los diferentes medios**

• Se levantan de la cama muy temprano y prenden la TV o la radio casi instintivamente.
• Mientras van en el metro, transporte público o vehículo propio a su trabajo, leen la prensa o escuchan la radio.
• Ocasionalmente, hacen diligencias o comen –en la mayoría de los casos almuerzan– fuera del trabajo, y se exponen a los diferentes medios de publicidad exterior.
• Salen del trabajo para su casa, y en el trayecto están expuestos a las vallas, paradas de autobuses y escuchan la radio.

• Mientras descansan en casa, ven la TV o leen alguna revista de su interés.
• Durante su tiempo libre, los centros comerciales se convierten en una relevante alternativa de distracción.

3.4 *Penetración de medios en los estratos socioeconómicos C y D*

Durante el año 2009, el consumidor cuyo perfil corresponde al segmento C-D, fue expuesto a los diversos medios en las siguientes proporciones:

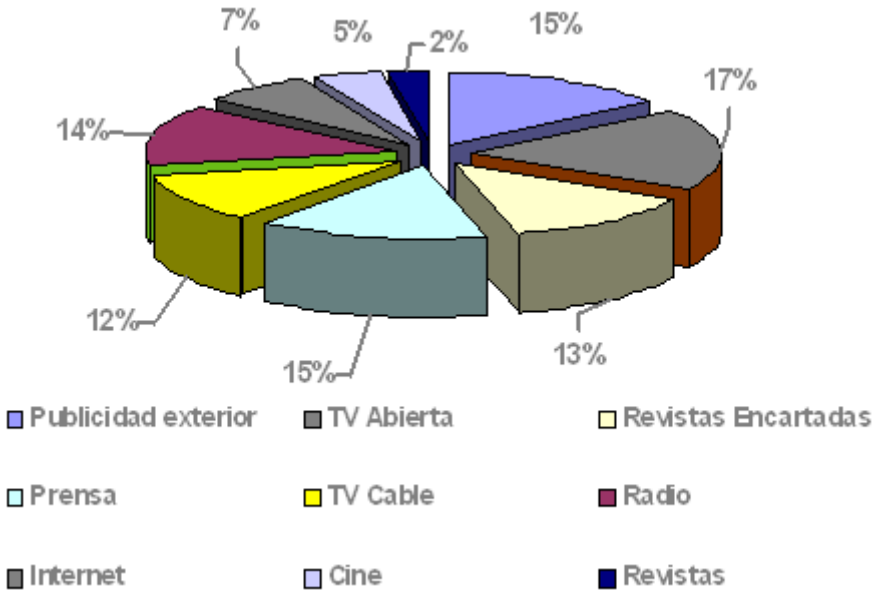


Figura 2. Penetración de medios en los estratos socioeconómicos C/D durante el 2009

3.5 *Otros aspectos a considerar:*

3.5.1 **Competencia**

La línea española de cruceros Pullmantur –filial de la naviera norteamericana Royal Caribbean Cruise Lines– ofrece actualmente a los venezolanos, rutas por diversas islas del Caribe partiendo desde la isla de Margarita, puerto visitado por sus barcos caribeños.

Sin embargo, la totalidad de consumos durante el crucero, tanto en el barco como en los distintos puertos de visita, están estipulados en moneda local internacional, dólares americanos en la mayoría de los casos.

3.5.2 **Oportunidad turística**

Los Roques y la Tortuga son destinos turísticos a los cuales únicamente se puede acceder en aviones de medianas dimensiones y barcos particulares. Por ende, Ola Cruises representa una novedosa oportunidad, para visitar y conocer estos destinos, sobretodo para las personas que no pueden costear los altos precios de las otras alternativas de acceso disponibles.

3.5.3 **Precios competitivos**

Ola Cruises es la única oferta en el ramo del crucerismo que puede ser cancelada en Bolívares Fuertes, sin necesidad de trámites de Cadivi.

Además, el precio total del crucero está estructurado como paquete vacacional, según los puertos a visitar y el número de noches de pernocta:

Plan de 4 noches / La Guaira · Los Roques · La Tortuga · Margarita · La Guaira
Bs. F. 1110,00 p/p
Plan de 3 noches / La Guaira · La Tortuga · Margarita · La Guaira
Bs. F. 960,00 p/p

Por un costo estimado de Bs. F. 275 diarios, cada pasajero a bordo del Ola Esmeralda tiene derecho a disfrutar de alojamiento en su cabina respectiva, más la posibilidad de degustar la variedad de comidas que se ofrece en las distintas locaciones gastronómicas del barco.

IV. PLAN DE ACTIVIDADES
A SER LLEVADO A CABO POR EL PASANTE

4.1 *Modalidad de tesis: pasantía*

Esta modalidad pretende involucrar al estudiante con el campo laboral a través de un compromiso temporal con una empresa (en este caso Ola Cruises) que le permita el logro de una serie de objetivos específicos en un área relacionada con la comunicación.

En el presente proyecto, la iniciativa específica es la estrategia comunicacional del lanzamiento de la marca, lo cual involucra el factor comunicacional y toma en consideración las características particulares de la organización. La investigación parte de la selección y descripción cualitativa y cuantitativa, del público al cual se dirige la propuesta.

Etapas de elaboración:

1. Establecer contacto con empresas e instituciones interesadas en la resolución de problemas comunicacionales
2. Diseñar un esquema de trabajo con objetivos definidos en el área seleccionada que proponga la resolución del problema comunicacional.
3. Proponer a la empresa el proyecto respectivo para su aprobación.
4. Proponer al Comité de Trabajos de Grado el proyecto respectivo para su aprobación.
5. Desarrollar las actividades previstas en el proyecto.
6.- Elaborar y presentar una memoria - informe de la pasantía realizada.

4.2 *Actividades*

Para el planteamiento de la estrategia comunicacional de Ola Cruises se contemplaron como puntos a desarrollar:

1. Arquitectura de marca
2. Campaña publicitaria

3. Relaciones Públicas
4. Comunicaciones Corporativas de la compañía
5. Desarrollo plataforma Web
6. BTL: (buscar definición)

Partiendo de la estructura mencionada, se le asignó al pasante la ejecución de tareas específicas de los puntos relacionados con la arquitectura de marca, campaña publicitaria, plataforma Web y BTL, acorde con sus habilidades y experiencia obtenida durante su pasantía en la agencia. Las tareas establecidas fueron:

1. Redacción de la identidad corporativa de la marca: bajo las premisas presentadas por el cliente, se procedió a mejorar la redacción y sintaxis de los conceptos como: misión, visón y quiénes somos de la empresa.
2. Participación en la creación del mensaje, concepto creativo y slogan: intervención en las discusiones creativas sobre las comunicaciones de la marca, y los posibles slogans para el crucero, bajo los parámetros estratégicos definidos para el cliente.
3. Participación en la nominación del barco: desarrollo de posibles nombres para el barco, teniendo en consideración diversas variables: mitológicas, piedras preciosas, astrología, navegación y nombres compuestos, entre otras.
4. Elaboración de las menciones de radio, y Story Boards correspondientes al comercial de TV: estructuración y medición de las herramientas destinadas a la difusión audiovisual del lanzamiento de la marca. Comprende el desarrollo de conceptos y guiones para posibles comerciales, y despliegue de la batería de menciones en vivo.
5. Desarrollo de textos para las piezas gráficas: bajo el concepto creativo definido, redactar los diferentes mensajes para cada una de las piezas publicitarias: avisos de prensa, valla rodante, y material para agencias de viaje: Brochure, HTML digital, Big Boy y Tend Card.
6. Desarrollo del contenido de la página Web: siguiendo la línea comunicacional y conceptual, redactar los mensajes para cada uno de los links que contiene la página:

Home · Quiénes Somos · Itinerarios · Destinos · Actividades · Servicio · Nuestro Barco · Precios · Ola Ecológica · Contáctanos / pasajeros – agencias de viaje – empleo.

4.3 *Selección de medios*

Para la ejecución de la estrategia comunicacional, es imperativo contar con un plan de medios que defina el alcance de la campaña publicitaria a realizar. Esto dará las líneas de trabajo para las tareas definidas para el pasante.

4.3.1 *TV abierta*

Penetración: 97,4

Afinidad: 100,3

• Cobertura nacional y regional
• Alta velocidad de comunicación
• Dramatismo en la exhibición del mensaje
• Apela a jóvenes y adultos
• La variedad de compras permite llegar de forma efectiva y rentable a nuestro objetivo

4.3.2 *TV cable*

Penetración: 45,7

Afinidad: 110,12

• Penetración en los niveles socioeconómicos medios y altos en las principales ciudades del país
• Participación en los canales comercializados de mayor rating
• Mayor efectividad del mensaje publicitario debido a los bajos niveles de saturación que presentan los breaks

4.3.3 *Prensa*

Penetración: 79,9

Afinidad: 107,4

• Lectura y aprendizaje pausado con alta comprensión
• Apela al segmento de los adultos
• Cobertura nacional y regional
• Medio flexible en relación a la producción del material publicitario
• Medio noticioso que le da mayor soporte al mensaje publicitario

4.3.4 *Radio*

Penetración: 80,0

Afinidad: 112,2

• Alta frecuencia a bajo costo

• Medio efectivo por su alta penetración en los automóviles

• Contacto directo en la calle

• Permite segmentar por nivel socioeconómico de acuerdo al perfil de cada emisora

• Flexibilidad del medio en cuanto a compras se refiere (cuñas en vivo y/o grabadas)

4.3.5 *Publicidad exterior*

Penetración: 97.2

Afinidad: 99.8

• Contacto directo y efectivo con jóvenes y adultos en la calle

• Continuidad 24 horas, los 7 días a la semana

• Flexible para el cambio de motivo

• Cobertura nacional y regional

• Alto impacto a bajo costo

4.4 *Estrategia de medios*

Implementar un mix de medios que permita lograr contactos efectivos con el grupo objetivo a nivel nacional; de manera rápida, rentable y efectiva.

4.4.1 **Etapa de lanzamiento:**

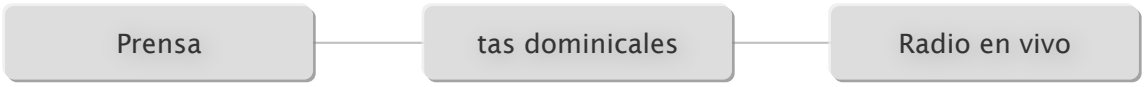
La participación se centrará en los principales medios elegidos: prensa, revistas encartadas y radio. La flexibilidad y versatilidad para pautar en estos espacios permitirá reforzar la etapa inicial de la comunicación, que no es otra sino dar a conocer la nueva alternativa que se ofrece a los venezolanos para viajar dentro del país.

4.4.2 **Etapa de mantenimiento:**

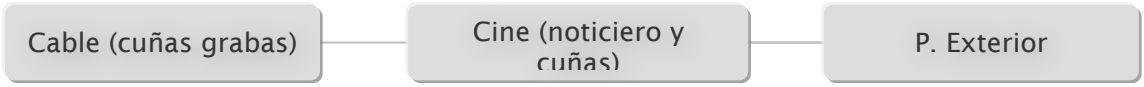
Presencia continua en estos medios y apoyo adicional con medios alternativos –también gran alcance en el público objetivo– como: TV por cable, revistas especializadas, cine, Internet y publicidad exterior (vallas rodantes, vallas, plasmas en centros comerciales y aeropuertos, parada de autobuses).

4.5 *Implementación de medios*

Medios principales:



Medios de apoyo:



4.5.1 *Prensa*

Para el día del lanzamiento se tendrá presencia con dos páginas centrales unidas a F/C en los diarios de circulación nacional como: El Universal, El Nacional, Últimas Noticias y 2001. En los tres primeros diarios se pautará el aviso en el cuerpo de turismo que sale todos los domingos; en el caso Últimas Noticias y 2001 –que no poseen un cuerpo dedicado al turismo– se pautará dentro del mismo diario. Simultáneamente, se pautará en los diarios regionales de las principales ciudades del país.

Las pautas continuas en este medio serán a tamaño ½ página F/C en los diarios antes mencionados, incorporando en esta pauta al diario Primera Hora, el cual se distribuye gratuitamente en las salidas del Metro de Caracas y en las principales arterias viales de la cuidad capital. Presencia continua dentro del cuerpo de turismo de cada medio, los días domingo, y avisos ½ página de lunes a viernes, durante el primer periodo de campaña.

4.5.2 *Revistas dominicales*

Estas revistas vienen encartadas dentro de diarios de circulación nacional como:

• El Universal / Estampas
• El Nacional / Todo en Domingo
• Últimas Noticias / Dominical

La participación en este medio será con avisos tamaño 1 página impar, que estarán presentes durante todo el periodo de campaña, permitiendo de esta manera apelar de forma directa al grupo familiar.

A pesar de mantener una presencia continua durante toda la campaña, este medio se solapara en la pauta con el diario donde es encartado, es decir, si un domingo se publica en la sección turismo del diario el otro domingo se publica en la revista.

El punto anterior se puede ejecutar a partir del mes de agosto, ya que para este medio específico debe enviarse el material con tres semanas de antelación a la publicación.

4.5.3 *Radio*

Presencia con un mix de programas en vivo que permitan lograr contactos efectivos con las distintas divisiones del target objetivo: familia, jóvenes profesionales y adultos contemporáneos

La participación en este medio es de lunes a viernes con dos menciones diarias de 30 segundos en cada uno en los programas seleccionados. Entre ellos:

• Estamos en Kys, con Alba Cecilia y Sergio Novelli, de 6:00-9:00 am.
• Por estos lares, con Raquel Lares, de 5:00-7:00 pm.
• Planeta Café, con Víctor X, de 6:00-9:00 am.
• Boconas, con Igone y Elene Kintana, de 9:00-10:00 am.
• La fiesta de full chola, con Juan Manuel Laguardia, de 6:00-9:00 am.
• Metidos en la cola, con Humberto Tancredi, de 4:00-6:00 pm.
• En forma, con Elio Gutierrez, de 6:00-7:00 am.

La compra mínima en estos espacios es de tres (3) meses; durante los cuales, se pueden realizar cambios del mensaje en las cuñas en vivo, y además se puede adaptar la comunicación al corte de cada programa para adecuarlo a cada división del target objetivo.

4.5.4 *TV por cable / cuñas grabadas*

Participación en los canales de mayor audiencia y preferencia del grupo objetivo.
Entre ellos:

- RCTV Internacional
- Venevisión Plus
- Warner
- Fox
- FX
- Sony

La presencia en este medio será con cuñas grabadas de 20 segundos. La participación se centrará en el horario prime time de 7:00-11:00 pm. que es el de mayor audiencia del target objetivo.

A pesar de la ausencia en este medio comunicacional tan significativo durante el inicio de la campaña, la planificación incluye presencia continua posterior al lanzamiento, durante un período de tres meses, a razón de cuatro (4) cuñas diarias, 21 días al mes.

4.5.5 *Cine*

En la primera etapa de la campaña, presencia durante dos meses en salas de cine a nivel nacional. Menciones de 40 segundos en el noticiero de cine NOTICOLOR. Presencia en los plasmas de los lobbys de las salas de cine a nivel nacional, con spots de 20 segundos.

4.5.6 *Publicidad exterior*

Mix de diferentes medios de publicidad exterior, que servirán de apoyo a los otros medios.

La recomendación dentro del mix de medios exteriores incluye: presencia en vallas formato vertical en la entrada y salida del Aeropuerto Simón Bolívar de Maiquetía y vallas en las principales ciudades del país, por un período mínimo de contratación de seis meses.

Paradas de autobuses ubicadas en locaciones que frecuenten los sectores socioeconómicos C-D. Dicho medio es arrendado por circuitos y eso nos permite estar en diferentes zonas y ciudades del país. Su contratación mínima es por 6 meses, lo cual da la flexibilidad –al igual que las vallas– de cambiar el motivo.

Otro medio de gran impacto para la presente iniciativa son los plasmas ubicados en el Aeropuerto internacional de Maiquetía y el CCCT. La contratación de este medio puede ser mensual

4.5.7 *Internet*

Este medio servirá de apoyo para toda la campaña, porque describe detalladamente los servicios, destinos y paquetes que ofrece OLA CRUISES.

La participación en este medio será por el período de dos meses con diversos banners en las páginas Home de cada portal elegido, entre los cuales se encuentran:

Cadena Global.com: banner ½ pantalla
Facebook: banner para 5.000 clicks
Noticias 24: banner grande intercalado entre noticias
El Universal.com: full banner

V. DESARROLLO DE LA PASANTÍA

5.1 *Nombre del barco*

Opciones Piedras Preciosas:

Esmeralda
Onix
Rubí
Safiro

Opciones Mitología:
Zuhé Caribe (Dios del sol, según la mitología venezolana) / Sol Caribe
Helios / Dios griego del sol
Eos / Diosa griega del amanecer
Poseidón / Dios griego del mar
Neptuno / Dios romano del mar

Opciones Nombres Compuestos:
AquaNavis
aqua: lat. water.
navis: lat. ship, vessel, boat.

AerisMar
aeris: lat. air, weather, atmosphere, ether.
mar: eng. sea

NeoCoral
neo: prefix - new

AcroNavis
acro: prefix - high, top.
navis: lat. ship, vessel, boat.

AuraMar
aura: spa. irradiación luminosa / poét. viento suave y apacible.
mar: eng. sea

AquaNauta
Aqua: lat. water.
nauta: lat. sailor.

Opciones Mar:

Viajero del mar
Explorador del mar
Costa Mar
Altamar

Opciones Caribe:

Ola Caribe
Aventura Caribe
Costa Caribe
Brisa Caribe / Aura Caribe
Bahía Caribe
Travesía Caribe
Destino Caribe
Escape Caribe

Opciones Venezuela:

Ribera Venezuela
VeneCaribe

Opciones Tropicales:

Escape Tropical
Tropicosta

Nombres astronómicos

Orión
Aurora

Otras Opciones

Nobis: lat. us / there'll be no one as happy as us.
Solis: lat. sun.
Virtus: lat. excellence, worth, courage.
Splendor: spa. esplendor
Eliseo: paraíso.
Admiror: to wonder at, admire, marvel at.
Nautilo
Oceánico
Náutico
Arrecife
Oceánico
Bitácora / Bitácora Mar / Bitácora Caribe

5.2 *Concepto creativo*

Hay un lugar en donde las agujas del reloj siempre están de vacaciones...
Donde el tiempo no vuela, ni se pierde, sino que navega contando nubes…

Donde palabras como oficina y trabajo se olvidan, y se sustituyen por tortuga, arena o brisa marina…

Un lugar donde la mayor preocupación es decidir si cenar langosta ahora, o después del casino…

Existen momentos en donde todo se aclara y la vida se ve tan simple y magna como la línea de un horizonte, momentos en donde el tiempo parece haberse detenido, para dejar entrar algo infinito…

Descubre ese momento…

DÉJATE LLEVAR

OLA CRUISES

5.3 *Planteamiento comunicacional*

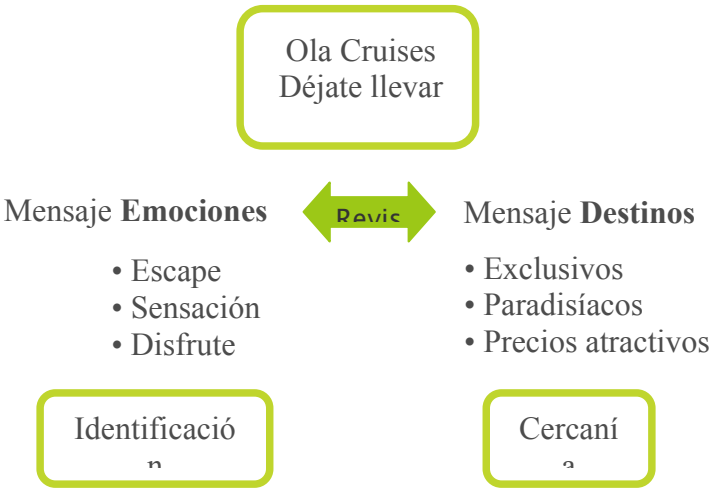


Figura 3. Planteamiento comunicacional

5.4 *Textos avisos destinos*

Figura 4. Aviso Ola Cruises: Genérico destinos

Déjate llevar por Ola Cruises

El primer crucero Venezolano

Los Roques · La Tortuga · Margarita

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano de Ola Cruises.

Deléitate con los atardeceres más cotizados de nuestro país, zarpa en islas ancladas en la calidez del oriente venezolano en manos de profesionales que te sumergirán en una experiencia única, en un ambiente confortable y seguro.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita
Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes

3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita
Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi
SALIDA DESDE LA GUAIRA

Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

Figura 5. Aviso Ola Cruises: Plan 3 noches

La Tortuga · Margarita

Déjate llevar por Ola Cruises

Por fin La Tortuga y Margarita a tu alcance, en el primer crucero venezolano de Ola Cruises. Descubre las bellezas naturales de nuestro país, en estas dos islas ancladas en la calidez del oriente venezolano en un ambiente confortable y seguro. Además, disfruta el placer de comprar en puerto libre en Margarita.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita
Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes
Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi

SALIDA DESDE LA GUAIRA

Disfruta del primer crucero venezolano:
Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

Figura 6. Aviso Ola Cruises: Plan 4 noches

Los Roques · La Tortuga · Margarita

Déjate llevar por Ola Cruises

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano de Ola Cruises.

Siente la arena de los Roques en tus pies, zarpa adonde el único ruido existente es el reventar de las olas, en un ambiente confortable y seguro. Además, disfruta el placer de comprar en puerto libre en Margarita.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita
Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi

SALIDA DESDE LA GUAIRA

Disfruta del primer crucero venezolano:
Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

5.5 *Textos avisos emociones*

Figura 7. Aviso Ola Cruises: Diversión

Déjate llevar por la diversión

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano de Ola Cruises, que te lleva a… Los Roques, Margarita y La Tortuga.

Olvídate del trabajo, sonríe y vive una experiencia única en manos de profesionales que te harán disfrutar al máximo, en un ambiente confortable y seguro. Además, diviértete comprando en puerto libre en Margarita.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita
Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes
3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita
Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi
SALIDA DESDE LA GUAIRA

Disfruta del primer crucero venezolano:
Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

Figura 8. Aviso Ola Cruises: Relax

Déjate llevar por el relax

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano de Ola Cruises, que te lleva a… Los Roques, Margarita y La Tortuga.

Libérate del estrés, respira profundo el aire de nuestros destinos paradisíacos y relájate en manos de profesionales en un ambiente confortable y seguro. Además, diviértete comprando en puerto libre en Margarita.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita
Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes
3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita
Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi
SALIDA DESDE LA GUAIRA

Disfruta del primer crucero venezolano:
Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

Figura 9. Aviso Ola Cruises: Tentación

Déjate llevar por la tentación

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano de Ola Cruises, que te lleva a… Los Roques, Margarita y La Tortuga.

Libérate de los remordimientos, haz lo que te gusta y prueba deliciosos sabores en manos de profesionales en un ambiente confortable y seguro. Además, cae en la tentación de comprar en puerto libre en Margarita.

Decídete YA y déjate llevar por Ola Cruises

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*
4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita
Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes
3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita

Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi
SALIDA DESDE LA GUAIRA

Disfruta del primer crucero venezolano:
Gimnasio · Spa · Restaurantes · Discoteca · Actividades al aire libre · Casino · Piscinas
*Incluye alojamiento y comidas (precios sujetos a cambio sin previo aviso).
Para mayor información consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

www.olacruises.com
Una división de SAVECA

5.6 *Textos página Web*

Figura 10. Página Web Ola Cruises: Home

HOME

Déjate llevar por Ola Cruises

Home · Quiénes Somos · Itinerarios · Destinos · Actividades · Servicio · Nuestro Barco · Precios · Ola Ecológica · Contáctanos

Crucero Ola Esmeralda

Disfruta del primer crucero venezolano y conoce las maravillas de nuestro país.

Margarita · Los Roques · La Tortuga

Desconéctate en un viaje lleno de relax, viaja a donde siempre has querido y disfruta en manos de profesionales que te sumergirán en esta experiencia única.

Decídete YA y déjate llevar…

¿Cuándo quieres relajarte? Seleccionar un mes · Seleccionar un año · Buscar
¿Quieres formar parte de nuestro equipo a bordo?

4 noches Ola Esmeralda / La Guaira · Los Roques · La Tortuga · Margarita · La Guaira
Lunes a Viernes
3 noches Ola Esmeralda / La Guaira · La Tortuga · Margarita · La Guaira
Viernes a Lunes

INFÓRMATE AQUÍ · Tlf. (0212) 2646006 · info@olacurises.com
Confirmación de pagos

Figura 11. Página Web Ola Cruises: Quiénes Somos

QUIÉNES SOMOS

Ola Cruises

Ola Cruises es una organización nueva, visionaria e innovadora, pionera de la navegación turística en Latinoamérica, constituida como la primera línea de cruceros de bandera venezolana. Conformada por inversores de Venezuela con el soporte de profesionales del crucerismo, de amplio conocimiento y extensa trayectoria en la industria marítima y de cruceros.

Esta nueva iniciativa generará un impacto económico y cultural que va más allá del cambio positivo en la industria turística de Latinoamérica y particularmente, en Venezuela.

Misión

Desarrollar el negocio de cruceros de mediano alcance, enfocados inicialmente en Venezuela. Ola Cruises proveerá una nueva alternativa de esparcimiento para turistas venezolanos, para que puedan descubrir la belleza de sus costas y sus islas, desde Margarita, hasta La Tortuga y Los Roques. Ofreceremos una nueva, memorable y emocionante experiencia venezolana de diversión, música, comidas y bebidas adaptadas a los gustos y preferencias locales.

Visión

Ola Cruises será la primera opción por excelencia de turistas venezolanos que quieran descubrir la belleza de su país y crear experiencias siempre únicas de crucero.

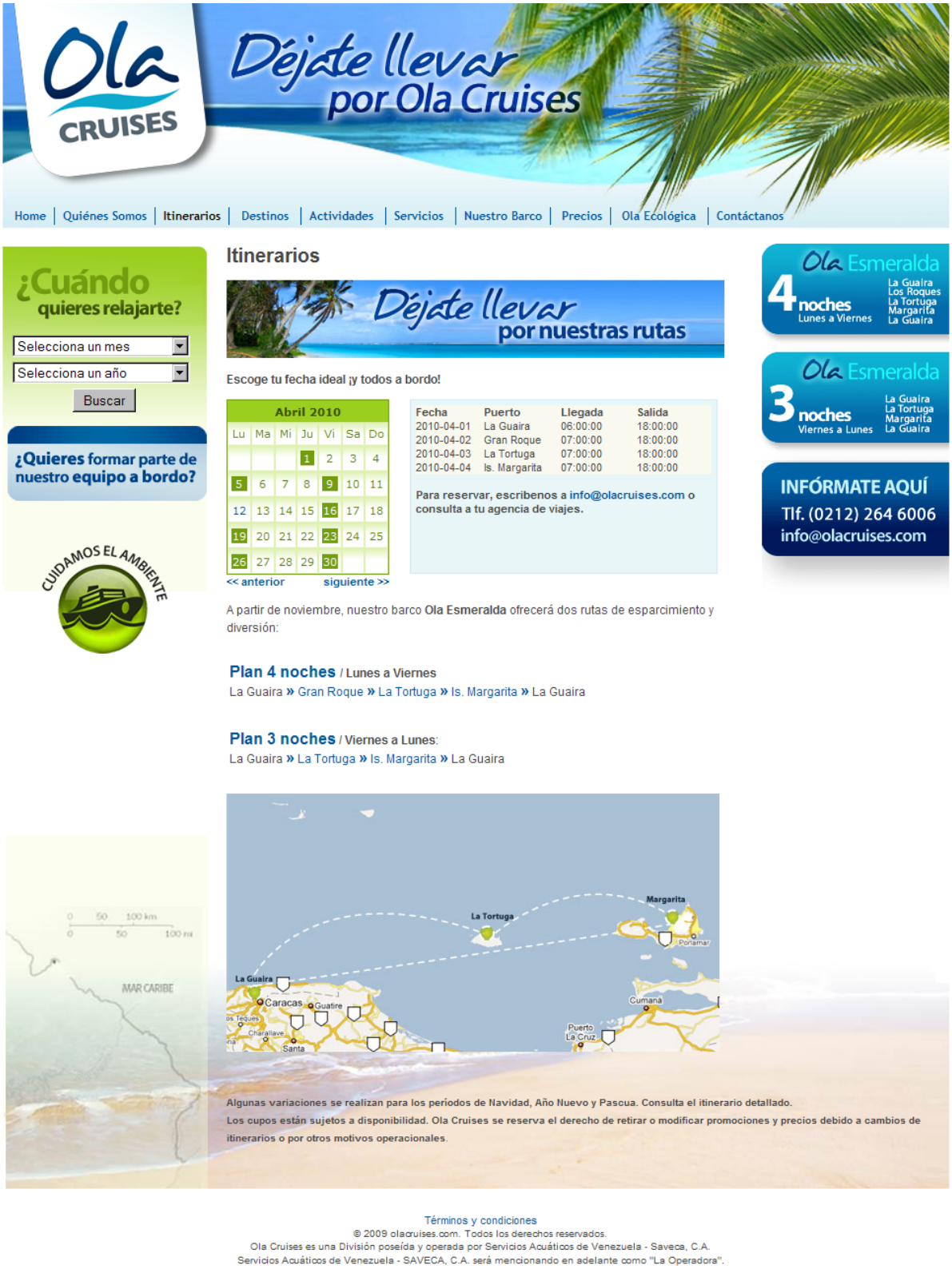


Figura 12. Página Web Ola Cruises: Itinerarios

ITINERARIOS

Déjate llevar por nuestras rutas

Escoge tu fecha ideal ¡y todos a bordo!

Para reservar, escríbenos a info@olacruises.com o consulta a tu agencia de viajes. A partir de noviembre, nuestro barco Ola Esmeralda ofrecerá dos rutas de esparcimiento y diversión:

Plan 4 noches / Lunes a Viernes - La Guaira · Gran Roque · La Tortuga · Is. Margarita · La Guaira
Plan 3 noches / Viernes a Lunes - La Guaira · La Tortuga · Is. Margarita · La Guaira

Algunas variaciones se realizan para los períodos de Navidad, Año Nuevo y Pascua. Consulta el itinerario detallado. Los cupos están sujetos a disponibilidad. Ola Cruises se reserva el derecho de retirar o modificar promociones y precios debido a cambios de itinerarios o por otros motivos operacionales.

Figura 13. Página Web Ola Cruises: Destinos

DESTINOS

Los Roques

Un espectacular archipiélago formado por unas 50 islas, declarado parque nacional en 1972, por su belleza e importancia ecológica. Sus aguas cristalinas, playas de blancas arenas y exótica fauna marina, hacen de Los Roques un destino paradisíaco para cualquier visitante.

La Tortuga

Nombrada en relación a las tortugas marinas de la isla, La Tortuga es el escape ideal para quien desea relajarse en un lugar inolvidable. La claridad del mar y la arena, cautiva a los viajeros que visitan sus costas. Sin duda alguna, un destino de sol y playa excepcional de Venezuela.

Margarita

Conocida como “La Perla del Caribe”, Margarita es la mejor alternativa para el viajero interesado en comprar (por ser zona libre de impuestos) y disfrutar de unas excelentes vacaciones, por sus espectaculares playas, paisajes y su gran variedad de opciones de entretenimiento.

Figura 14. Página Web Ola Cruises: Actividades

ACTIVIDADES

Te invitamos a...

Degustar...

La gastronomía de nuestros restaurantes y buffets, con gran variedad de platos y especialidades.

Relajarte...

En nuestro jacuzzi, o en cualquiera de nuestras piscinas, ubicadas en el interior y exterior del barco.

Festejar

En nuestra discoteca o en nuestros bares con música en vivo.

Experimentar...

La emoción de nuestra variedad de actividades, deportes acuáticos y piscinas, ubicadas en la cubierta 6 y la cubierta 2, al lado de nuestra excepcional marina.

Disfrutar...

De la variedad de productos y licores de nuestra tienda Duty Free.

La agenda de nuestro barco incluye tanto diversión informal como veladas casuales, por eso nuestro programa abordo sugiere traje casual para algunas actividades.

¿Cuándo quieres relajarte?

Selecciona un mes

Selecciona un año

Buscar

¿Quieres formar parte de nuestro equipo a bordo?

CUIDAMOS EL AMBIENTE

Servicios

» SERVICIO

Contamos con un equipo integrado por personal enfocado hacia el servicio, previamente entrenado en el arte de la hotelería por nuestra gerencia internacional altamente calificada.

» NUESTROS MENÚS

Todos nuestros menús están elaborados con base en la cocina tradicional y contemporánea venezolana, destacándose los pescados frescos, las carnes y productos locales preparados por un equipo altamente calificado de chefs profesionales venezolanos, entrenados internacionalmente.

Ola Esmeralda posee una amplia carta de vinos en la que se destaca una balanceada selección de ejemplares provenientes de América del Sur y de todo el mundo.

» RESTAURANTES: Cubierta Lounge 5

El Royal Garter es el más grande de los dos restaurantes principales a bordo del Ola Esmeralda. Tiene capacidad para 156 pasajeros sentados y un área para buffet muy bien diseñada, en la que serviremos desayuno, almuerzo y cena. El Fleur de Lys es más pequeño con capacidad para 96 huéspedes sentados. También tiene un área para buffet de menor tamaño y un ambiente más íntimo donde se servirá la cena. Los sevicios de comida en nuestros restaurantes son en régimen de horario abierto. Por favor consultar el diario de abordo.

» BALBLOOM LIDO LOUNGE: Cubierta Marquee 7

Una elegante área para buffet en donde los huéspedes pueden disfrutar al aire libre de comidas ligeras durante las horas de desayuno, almuerzo y cena, que se convertirá en pizzería durante la noche, para la comodidad de todos los pasajeros, hasta la hora de cierre del bar.

» BARES

El Neptune Bar es el salón con bar principal del Ola Esmeralda. Tiene dos pisos en donde se llevarán a cabo todas las actividades. En las noches contará con un grupo de música en vivo. Una cabina para DJ está también ubicada en esta sala para las noches disco. El Aquitaine Lounge ofrece un ambiente más tranquilo para tomarse un aperitivo o coctel antes de la cena, disfrutar de la pista de baile y del espectáculo nocturno. Es un lugar para encontrarse con los amigos.

» MARINA AL AIRE LIBRE Y CENTRO DE RECREACIÓN: Popa

El Ola Esmeralda tiene a bordo un equipo con Certificación PADI Gold, disponible para facilitarle a nuestros huéspedes cualquier tipo de deporte de agua en nuestra famosa plataforma que se usará como base para todas las actividades de este tipo. Los pasajeros pueden probar water-ski, windsurf, vela, kayak, scuba diving, jet ski, banana acuática y muchas más actividades (dependiendo del estado del tiempo). Nuestro equipo también tendrá a la disposición mini cursos de Scuba Diving con certificación PADI para los interesados.

Ola Esmeralda
4 noches
Lunes a Viernes
La Guaira
Los Roques
La Tortuga
Margarita
La Guaira

Ola Esmeralda
3 noches
Viernes a Lunes
La Guaira
La Tortuga
Margarita
La Guaira

INFÓRMATE AQUÍ
Tlf. (0212) 264 6006
info@olacruises.com

» MARINA INTERIOR Y CENTRO DE RECREACIÓN: Cubierta2 Sauna

Ola Esmeralda tiene un magnífico centro de recreación con un gimnasio bien diseñado y equipado, así como también sauna para damas y caballeros y dos cómodas salas de masaje. Adicionalmente cuenta con una excelente área para tenis de mesa, bádminton, voleibol y baloncesto.

» PISCINA INTERIOR CLIMATIZADA: Cubierta2 Sauna

Ola Esmeralda tiene una hermosa piscina interior climatizada, ideal para que todos los amigos y familiares disfruten juntos de un rato agradable.

» PISCINA AL AIRE LIBRE: Cubierta 6 Lido

Esta piscina se llenará con agua de mar filtrada y está ubicada en un entorno hermoso y agradable en donde usted podrá tomar sol y disfrutar de un coctel. Justo al lado de esta piscina encontrará dos confortables Jacuzzis para el disfrute de todos.

» SALÓN DE BELLEZA: Cubierta2 Sauna

Ubicado en el corazón del Centro de Recreación que se encuentra en la parte interior del barco, el salón de belleza cuenta con un equipo de profesionales para atender cada una de sus necesidades: estilistas especializados en cabello, tratamientos para manicure y pedicure, así como también en técnicas de masajes.

» TIENDA LIBRE DE IMPUESTOS: Cubierta 5 Lounge

Ola Esmeralda cuenta con una Tienda Libre de Impuestos, con precios competitivos, donde usted podrá comprar perfumes, relojes, joyería, etc. Nuestros huéspedes podrán también ordenar licores a precios libres de impuestos. Todo el licor adquirido a bordo será colocado convenientemente en su cabina la última mañana del crucero.

» ESTUDIO FOTOGRÁFICO: Cubierta 5 Lounge

Nuestros fotógrafos profesionales están convenientemente ubicados en el pasillo principal en la mitad del barco y estarán a su disposición para capturar todos los momentos importantes de su crucero.

» RECEPCIÓN: Cubierta Principal 4

Nuestra recepción se encuentra en el corazón del barco y nuestro equipo de profesionales está disponible para responder todas las preguntas de nuestros huéspedes.

» TIENDA LIBRE DE IMPUESTOS: Cubierta 5 Lounge

Ola Esmeralda cuenta con una Tienda Libre de Impuestos, con precios competitivos, donde usted podrá comprar perfumes, relojes, joyería, etc. Nuestros huéspedes podrán también ordenar licores a precios libres de impuestos. Todo el licor adquirido a bordo será colocado convenientemente en su cabina la última mañana del crucero.

» ESTUDIO FOTOGRÁFICO: Cubierta 5 Lounge

Nuestros fotógrafos profesionales están convenientemente ubicados en el pasillo principal en la mitad del barco y estarán a su disposición para capturar todos los momentos importantes de su crucero.

» ESTUDIO FOTOGRÁFICO: Cubierta 5 Lounge

Nuestros fotógrafos profesionales están convenientemente ubicados en el pasillo principal en la mitad del barco y estarán a su disposición para capturar todos los momentos importantes de su crucero.

» RECEPCIÓN: Cubierta Principal 4

Nuestra recepción se encuentra en el corazón del barco y nuestro equipo de profesionales está disponible para responder todas las preguntas de nuestros huéspedes.

» AMA DE LLAVES:

Nuestro equipo de Ama de Llaves tiene la responsabilidad de mantener limpias todas las áreas del barco y garantizar que todas las habitaciones y salas públicas se mantengan siempre impecables.

» SERVICIOS DE INTERNET: Cubierta 6 Lido

La sala de Internet tendrá a su disposición varias computadoras durante todo el día.

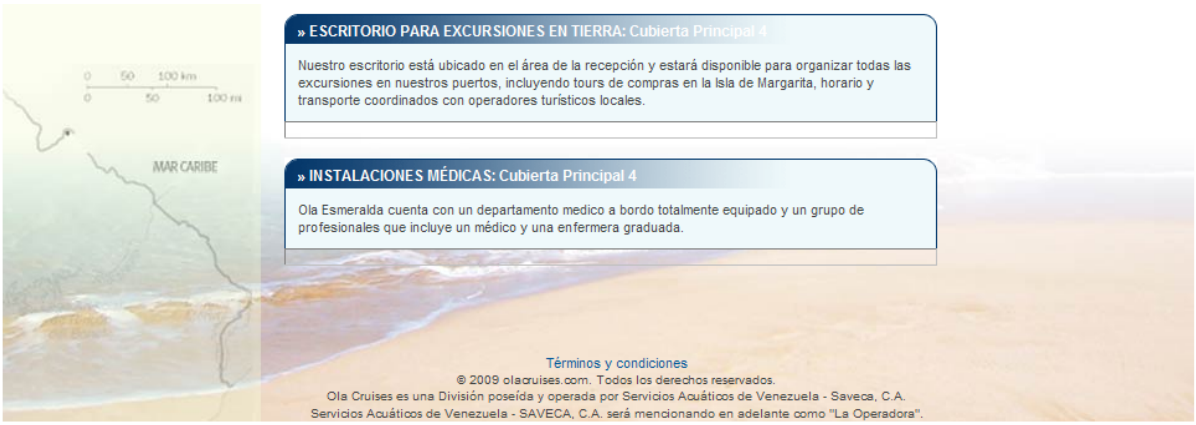


Figura 15. Página Web Ola Cruises: Servicios

SERVICIOS

Servicio

Contamos con un equipo integrado por personal enfocado hacia el servicio, previamente entrenado en el arte de la hotelería por nuestra gerencia internacional altamente calificada.

Nuestros menús

Todos nuestros menús están elaborados con base en la cocina tradicional y contemporánea venezolana, destacándose los pescados frescos, las carnes y productos locales preparados por un equipo altamente calificado de chefs profesionales venezolanos, entrenados internacionalmente.

Ola Esmeralda posee una amplia carta de vinos en la que se destaca una balanceada selección de ejemplares provenientes de América del Sur y de todo el mundo.

Restaurantes / Cubierta Lounge 5

El Royal Garter es el más grande de los dos restaurantes principales a bordo del Ola Esmeralda. Tiene capacidad para 156 pasajeros sentados y un área para buffet muy bien diseñada, en la que serviremos desayuno, almuerzo y cena. El Fleur de Lys es más pequeño con capacidad para 96 huéspedes sentados. También tiene un área para buffet de menor tamaño y un ambiente más

íntimo donde se servirá la cena. Los servicios de comida en nuestros restaurantes son en régimen de horario abierto. Por favor consultar el diario de abordo.

Balbloom Lido Lounge / Cubierta Marquee 7

Una elegante área para buffet en donde los huéspedes pueden disfrutar al aire libre de comidas ligeras durante las horas de desayuno, almuerzo y cena, que se convertirá en pizzería durante la noche, para la comodidad de todos los pasajeros, hasta la hora de cierre del bar.

Bares

El Neptune Bar es el salón con bar principal del Ola Esmeralda. Tiene dos pisos en donde se llevarán a cabo todas las actividades. En las noches contará con un grupo de música en vivo. Una cabina para DJ está también ubicada en esta sala para las noches disco. El Aquitaine Lounge ofrece un ambiente más tranquilo para tomarse un aperitivo o coctel antes de la cena, disfrutar de la pista de baile y del espectáculo nocturno. Es un lugar para encontrarse con los amigos.

Marina al aire libre y centro de recreación / Popa

El Ola Esmeralda tiene a bordo un equipo con Certificación PADI Gold, disponible para facilitar a nuestros huéspedes cualquier tipo de deporte de agua en nuestra famosa plataforma que se usará como base para todas las actividades de esta índole. Los pasajeros pueden probar water-ski, windsurf, vela, kayak, scuba diving, jet ski, banana acuática y muchas más actividades (dependiendo del estado del tiempo). Nuestro equipo también tendrá a la disposición mini cursos de Scuba Diving con certificación PADI para los interesados.

Marina interior y centro de recreación / Cubierta 2 Sauna

Ola Esmeralda tiene un magnífico centro de recreación con un gimnasio bien diseñado y equipado, así como también sauna para damas y caballeros y dos cómodas salas de masaje. Adicionalmente cuenta con una excelente área para tenis de mesa, bádminton, voleibol y baloncesto.

Piscina interior climatizada / Cubierta 2 Sauna

Ola Esmeralda tiene una hermosa piscina interior climatizada, ideal para que todos los amigos y familiares disfruten juntos de un rato agradable.

Piscina al aire libre / Cubierta 6 Lido

Esta piscina se llenará con agua de mar filtrada y está ubicada en un entorno hermoso y agradable en donde usted podrá tomar sol y disfrutar de un coctel. Justo al lado de esta piscina encontrará dos confortables jacuzzis para el disfrute de todos.

Salón de belleza / Cubierta 2 Sauna

Ubicado en el corazón del Centro de Recreación que se encuentra en la parte interior del barco, el salón de belleza cuenta con un equipo de profesionales para atender cada una de sus necesidades: estilistas especializados en cabello, tratamientos para manicure y pedicure, así como también en técnicas de masajes.

Tienda libre de impuestos / Cubierta 5 Lounge

Ola Esmeralda cuenta con una Tienda Libre de Impuestos, con precios competitivos, donde usted podrá comprar perfumes, relojes, joyería, etc. Nuestros huéspedes podrán también ordenar licores a precios libres de impuestos. Todo el licor adquirido a bordo será colocado convenientemente en su cabina la última mañana del crucero.

Estudio fotográfico / Cubierta 5 Lounge

Nuestros fotógrafos profesionales están convenientemente ubicados en el pasillo principal en la mitad del barco y estarán a su disposición para capturar todos los momentos importantes de su crucero.

Recepción / Cubierta Principal 4

Nuestra recepción se encuentra en el corazón del barco y nuestro equipo de profesionales está disponible para responder todas las preguntas de nuestros huéspedes.

Ama de llaves

Nuestro equipo de Ama de Llaves tiene la responsabilidad de mantener limpias todas las áreas del barco y garantizar que todas las habitaciones y salas públicas se mantengan siempre impecables.

Servicios de Internet / Cubierta 6 Lido

La sala de Internet tendrá a su disposición varias computadoras durante todo el día.

Escritorio para excursiones en tierra / Cubierta Principal 4

Nuestro escritorio está ubicado en el área de la recepción y estará disponible para organizar todas las excursiones en nuestros puertos, incluyendo tours de compras en la Isla de Margarita, horario y transporte coordinados con operadores turísticos locales.

Instalaciones médicas / Cubierta Principal 4

Ola Esmeralda cuenta con un departamento medico a bordo totalmente equipado y un grupo de profesionales que incluye un médico y una enfermera graduada.

Figura 16. Página Web Ola Cruises: Nuestro Barco

NUESTRO BARCO

Información general

Ola Esmeralda es un barco que fue construido pensando en la calma y la elegancia, pero que recientemente se modernizó para ofrecer a sus pasajeros espacios dedicados al entretenimiento y la diversión.

Consta de 7 cubiertas o niveles, en los cuales se encuentran distribuidas las cabinas de los pasajeros, así como también las áreas de piscina, gimnasio, spa, discoteca, y varios restaurantes, lounges y solarios.

Otro atractivo de Ola Esmeralda es la plataforma exterior que se despliega cuando el barco está anclado, formando una cubierta marina en la cual se llevan a cabo las actividades acuáticas.

Información del barco:

Número de cabinas de pasajeros:	241
Número de pasajeros:	474
Tripulación:	180
Remodelaciones:	2004
Nombre del Barco:	Ola Esmeralda
Tonelaje:	11.209 toneladas
Largo:	143.45 m
Ancho:	20.00 m
Velocidad promedio:	18 nudos

Home | Quiénes Somos | Itinerarios | Destinos | Actividades | Servicios | Nuestro Barco | Precios | Ola Ecológica | Contáctanos

¿Cuándo quieres relajarte?

Selecciona un mes

Selecciona un año

Buscar

¿Quieres formar parte de nuestro equipo a bordo?

CUIDAMOS EL AMBIENTE

Precios

Temporada alta

Cabinas Tipo	Crucero 3 noches: Precio p/persona por noche en Bs.F. en base a ocupación doble	Crucero 4 noches: Precio p/persona por noche en Bs.F. en base a ocupación doble
JS	1.697	1.460
A	1.357	1.168
B*	647	557
C	814	712
D	814	712
E	836	732
F	722	632
G	699	612
H	533	459
I	453	390
J	480	413
K	844	727
L	475	409
M	384	330

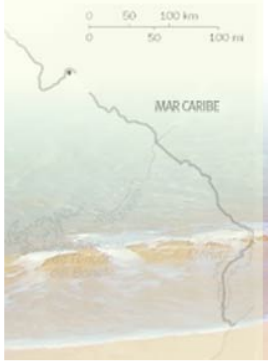
Temporada baja

Crucero 3 noches: Precio p/persona por noche en Bs.F. en base a ocupación doble	Crucero 4 noches: Precio p/persona por noche en Bs.F. en base a ocupación doble
1.414	1.217
1.131	974
539	464
678	593
678	593
697	610
602	527
583	510
444	383
378	325
400	344
704	606
396	341
320	275

Fechas de temporada alta:

- Del 13 de diciembre 2009 al 8 de enero 2010
- Del 12 de febrero 2010 al 16 de febrero 2010
- Del 26 de marzo 2010 al 04 de abril 2010
- Del 12 de julio 2010 al 15 de septiembre 2010
- Aplica todos los puentes y días feriados del año

Aplica únicamente en fechas no incluidas en Temporada Alta.



* La tercera cama será vendida al 50% y la cuarta al 25%.

Las tarifas publicadas son nuestras tarifas estándar.
El precio de nuestros servicios incluye habitación, comidas, propinas y tasa portuaria. No incluye IVA.

Los precios publicados están vigentes para el momento de la publicación (agosto de 2009) y tienen validez hasta el 15 de noviembre de 2010,
pero pueden ser modificados en cualquier momento sin previa notificación.
Los precios cotizados en este folleto son por persona por noche en base a una ocupación estándar en cabina con la categoría más baja y están sujetos a disponibilidad.
Las tarifas publicadas no pueden ser solicitadas retroactivamente ni tampoco combinadas con otras. Las reservaciones tomadas están sujetas a los términos
y condiciones que se detallan en el folleto de Ola Cruises (Edición de agosto de 2009). Nos reservamos el derecho de modificar los itinerarios por motivos operacionales.

Términos y condiciones
© 2009 olacruises.com. Todos los derechos reservados.
Ola Cruises es una División poseída y operada por Servicios Acuáticos de Venezuela - Saveca, C.A.
Servicios Acuáticos de Venezuela - SAVECA, C.A. será mencionando en adelante como "La Operadora".

Figura 17. Página Web Ola Cruises: Precios

PRECIOS

Temporada Alta

	Crucero 3 noches	Crucero 4 noches
Cabinas Tipo	Precio p/persona por noche en Bs. F. en base a ocupación doble	Precio p/persona por noche en Bs. F. en base a ocupación doble
JS	1.697	1.460
A	1.357	1.168
B*	647	557
C	814	712
D	814	712
E	836	732
F	722	632
G	699	612
H	533	459
I	453	390
J	480	413
K	844	727
L	475	409
M	384	330

Tabla 1. *Precios temporada alta*

Fechas de temporada alta:

• Del 13 de diciembre 2009 al 8 de enero 2010

• Del 12 de febrero 2010 al 16 de febrero 2010

• Del 26 de marzo 2010 al 04 de abril 2010

• Del 12 de julio 2010 al 15 de septiembre 2010

• Aplica todos los puentes y días feriados del año

* La tercera cama será vendida al 50% y la cuarta al 25%.

Temporada Baja

Crucero 3 noches	Crucero 4 noches
Precio p/persona por noche en Bs. F. en base a ocupación doble	Precio p/persona por noche en Bs. F. en base a ocupación doble
1.414	1.217
1.131	974
539	464
678	593
678	593
697	610
602	527
583	510
444	383
378	325
400	344
704	606
396	341
320	275

Tabla 2. *Precios temporada baja*

Las tarifas publicadas son nuestras tarifas estándar. El precio de nuestros servicios incluye habitación, comidas, propinas y tasa portuaria. No incluye IVA.

Los precios publicados están vigentes para el momento de la publicación (agosto de 2009) y tienen validez hasta el 15 de noviembre de 2010, pero pueden ser modificados en cualquier momento sin previa notificación. Los precios cotizados en este folleto son por persona por noche en base a una ocupación estándar en cabina con la categoría más baja y están sujetos a disponibilidad. Las tarifas publicadas no pueden ser solicitadas retroactivamente ni tampoco combinadas con otras. Las reservaciones tomadas están sujetas a los términos y condiciones que

se detallan en el folleto de Ola Cruises (Edición de agosto de 2009). Nos reservamos el derecho de modificar los itinerarios por motivos operacionales.

Figura 18. Página Web Ola Cruises: Ola Ecológica

OLA ECOLÓGICA

Ola Cruises está comprometida con el turismo responsable con el medio ambiente.

Nuestra Misión Ecológica consiste en proteger, preservar y mejorar nuestro entorno natural, mediante el manejo racional de nuestra tierra, aire y espacios acuáticos para el beneficio de nuestras generaciones actuales y del futuro.

Nuestro compromiso va mucho más allá de certificaciones y reconocimientos. Se traduce en acciones concretas para el cuidado del mar y del medio ambiente.

En definitiva, para Ola Cruises lo ecológico es un hecho lógico y cotidiano, creando una atmósfera en la que nuestros hábitos y costumbres contribuyan a desarrollar y preservar un medio armónico, ámbito de respeto mutuo entre el ser humano y su entorno.

Acciones concretas de Ola Cruises para el cuidado del mar y del medio ambiente

• Constitución de la "Patrulla Ecológica - Ola Cruises", integrada por miembros de nuestra tripulación, orientada a proveer educación y cultura conservacionistas entre nuestros trabajadores, pasajeros y comunidad en general.

• Desarrollo de nuestra Campaña "Ola Ecológica", herramienta clave en la comunicación de valores conservacionistas y de acciones concretas para contribuir con la preservación y mejoramiento de nuestro medio ambiente

• Nuestras embarcaciones están dotadas con los más avanzados mecanismos para el adecuado manejo, procesamiento y reciclaje de desechos:

- Compactador / separador de residuos
- Incinerador
- Planta de tratamiento de agua
- Protocolos de descarga de residuos a tierra, en el puerto principal, para ser desechados por empresas locales especializadas debidamente certificadas
- Verificación diaria de PH en el sistema de agua
- Especial cuidado en recoger no sólo toda la basura que se haya podido generar, sino de cualquier desecho que pueda haberse encontrado previo a nuestra llegada

Figura 19. Página Web Ola Cruises: Contáctanos pasajeros

CONTÁCTANOS

Pasajeros / Solicitud de información

Contáctanos y déjate llevar… por Ola Cruises

Si estás interesado en visitar Los Roques, La Tortuga y Margarita en un solo viaje, y formar parte de esta experiencia única de relax y diversión, llena el siguiente formulario con tus datos personales:

• Nombre:

• Apellido:

• Email:

• Teléfono:

• Comentarios:

Te contactaremos a la brevedad posible.

Para brindarle un oportuno servicio lo invitamos a dirigir sus solicitudes de información en línea como a continuación detallamos:

1. Si usted requiere de información general sobre nuestros servicios favor enviarnos su requerimiento a la dirección electrónica info@olacruises.com

2. Si usted conoce las fechas de viaje y desea efectuar su reservación, agradecemos envíe su requerimiento a la dirección electrónica: rsv@olacruises.com

Para realizar esta solicitud deberá suministrarnos nombre, apellido y número de cedula de identidad de las personas que viajan, así como la fecha del itinerario deseado

Figura 20. Página Web Ola Cruises: Contáctanos agencias de viaje

Agencias de viaje / Solicitud de información

Si deseas recibir más información y formar parte de nuestra base de datos de agencias, completa el siguiente formulario:

• Nombre de la agencia:

• IATA:

• Persona de contacto:

• Email:

• Teléfono:

• Fax:

• Comentarios:

Si usted es una agencia de viajes o empresa de turismo que requiere de nuestro asesoramiento le agradecemos enviar sus requerimientos a la dirección electrónica:

ventas@olacruises.com

Figura 21. Página Web Ola Cruises: Empleo

EMPLEO / sé parte de nuestro equipo a bordo

Si estás capacitado para trabajar en las áreas de turismo y hospitalidad, y quieres formar parte de nuestra tripulación, envíanos tu resumen curricular y referencias personales a empleo@olacruises.com

Estamos aceptando solicitudes de empleo para las siguientes plazas:

(Por favor sea específico en decirnos para qué posición le gustaría aplicar)

Marinos de Cubierta y Maquinas:
- Oficial en Jefe
- Primer Oficial

- Segundo Oficial
- Tercer Oficial
- Contramaestre (Bosun)
- Cadete
- Carpintero
- Marino Capacitado (AB)
- Marineros (OS)
- Oficial de Seguridad
- Ingenieros (Todos los grados)
- Ingeniero de Hotel (Mantenimiento)
- Asistente para Aire Acondicionado
- Electricista
- Mecánico de Cubierta
- Plomero
- Mecánico de motores
- Soldador
- Motorista/Ingeniero asistente

Personal de Hotelería, Alimentos y Bebidas:
- Recepción
- Ama de Llaves
- Camareros (as) de cabinas
- Personal de limpieza
- Personal de Restaurante (todas las posiciones)
- Personal de Bares (todas las posiciones)
- Cocineros
- Asistentes de Cocinero
- Jefe de Cocina Fría (Garde Manager)
- Asistente de Cocina Fría
- Pasteleros
- Panaderos
- Carnicero
- Ayudante de cocina y Limpieza en general
- Ayudante de Almacén
- Personal de Lavandería
- Sastre / Tapicero
- Personal de Actividades y Entretenimiento
- DJ

Figura 21. Página Web Ola Cruises: Confirmación de pagos

Confirmación de pagos

Si usted ya realizó su pago, confirme su operación llenando los campos que se presentan a continuación:

• Nombre:

• Apellido:

• C.I. / RIF:
• Dirección Fiscal:
• Teléfono:
• Nº de localizador:
• Monto del depósito Bs.:
• Nº de depósito:
• Banco:
• Fecha del depósito

5.7 *Textos brochure para agencias de viaje*

Párrafo introductorio:

Déjate llevar por Ola Cruises
La nueva alternativa turística de Venezuela

Los Roques · La Tortuga · Margarita
Una nueva oportunidad de negocio para agencias de turismo, que les permitirá ofrecer a sus clientes una experiencia única de relax y diversión, y la posibilidad de visitar Los Roques, La Tortuga y Margarita ¡en el mismo viaje!

Contenido:

Textos desarrollados para las siguientes secciones de la página Web de Ola Cruises:
Quiénes Somos · Destinos · Itinerarios · Actividades · Servicio · Nuestro Barco

Cierre:

Déjate llevar por el confort de nuestras instalaciones
Aprovecha nuestros servicios… y déjate llevar por Ola Cruises

Términos y Condiciones:

Se incorporó el listado de términos y condiciones correspondientes a las negociaciones con las agencias de viaje. Dicha información fue suministrada directamente por Carlos Rey, gerente de mercadeo de Ola Cruises.

Figura 22. Brochure Ola Cruises: Portada

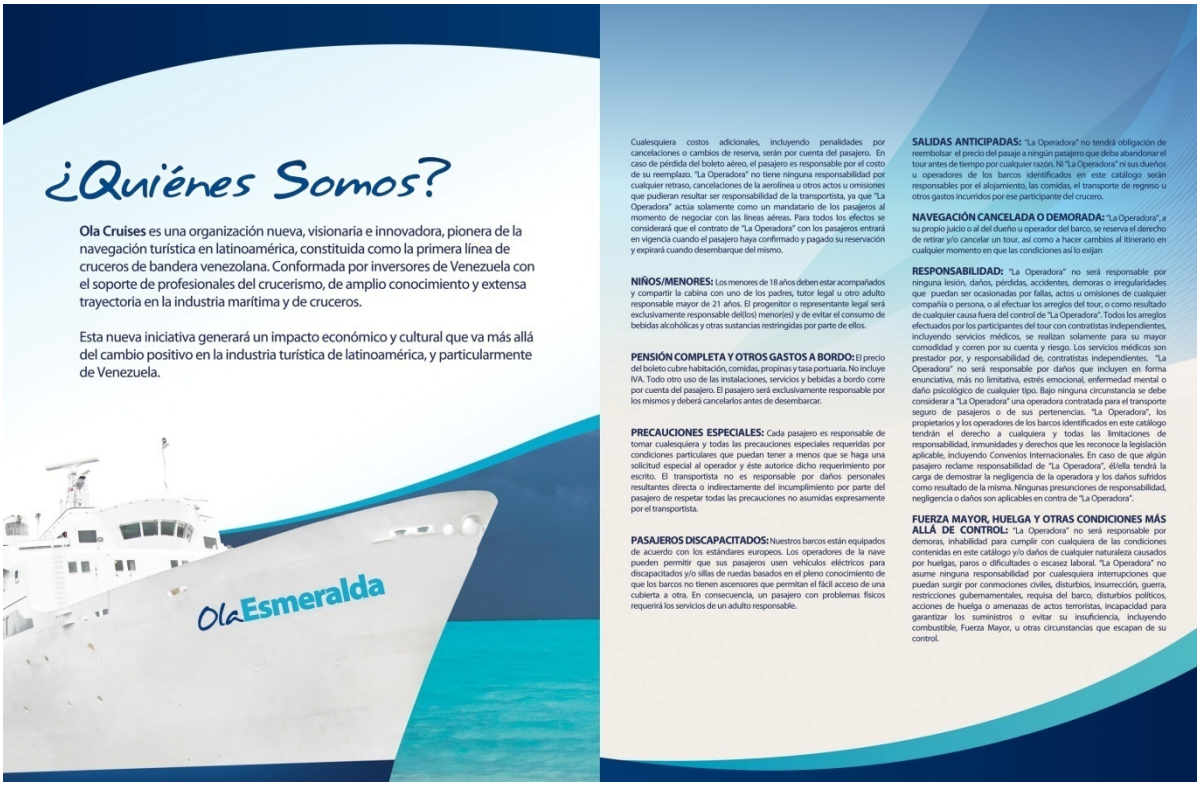


Figura 22. Brochure Ola Cruises: Página 2 y 19

Figura 23. Brochure Ola Cruises: Página 4 y 17

Figura 24. Brochure Ola Cruises: Página 6 y 15

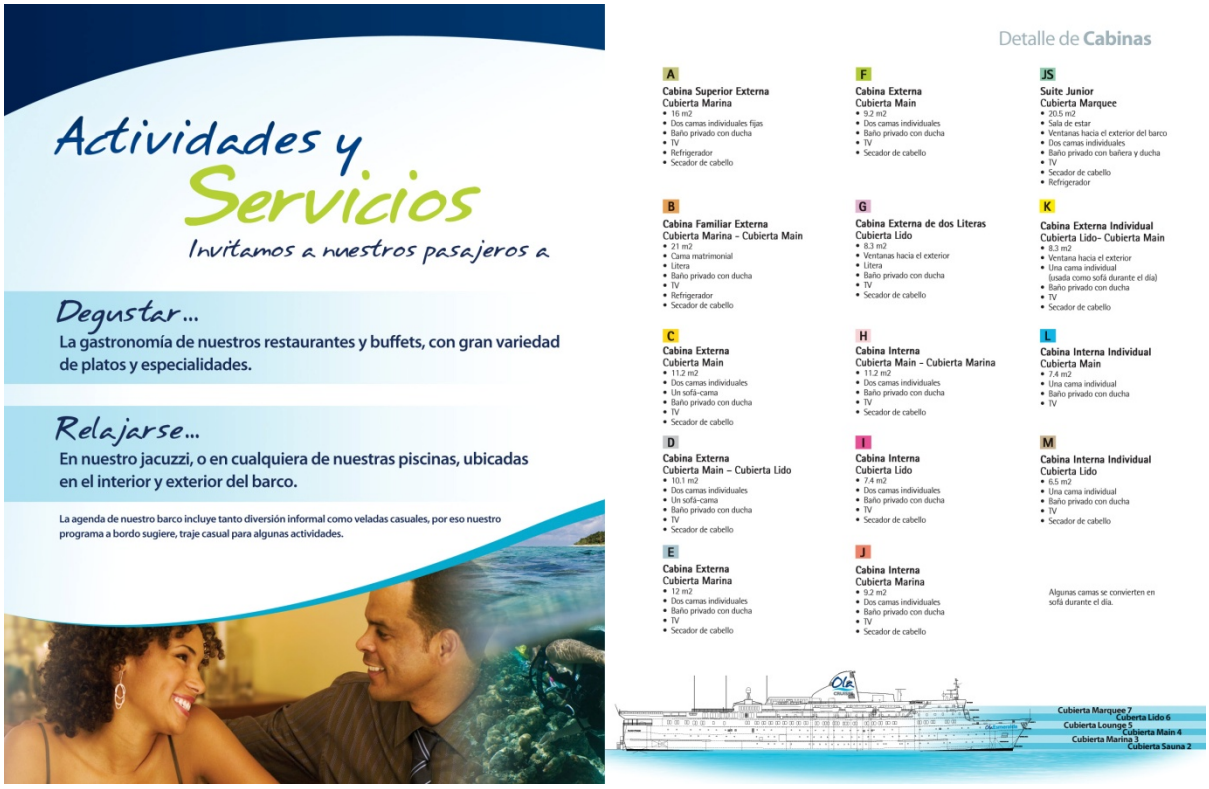


Figura 25. Brochure Ola Cruises: Página 8 y 13

Figura 26. Brochure Ola Cruises: Página 10 y 11

Figura 27. Brochure Ola Cruises: Página 12 y 9

Figura 28. Brochure Ola Cruises: Página 14 y 7

Figura 29. Brochure Ola Cruises: Página 16 y 5

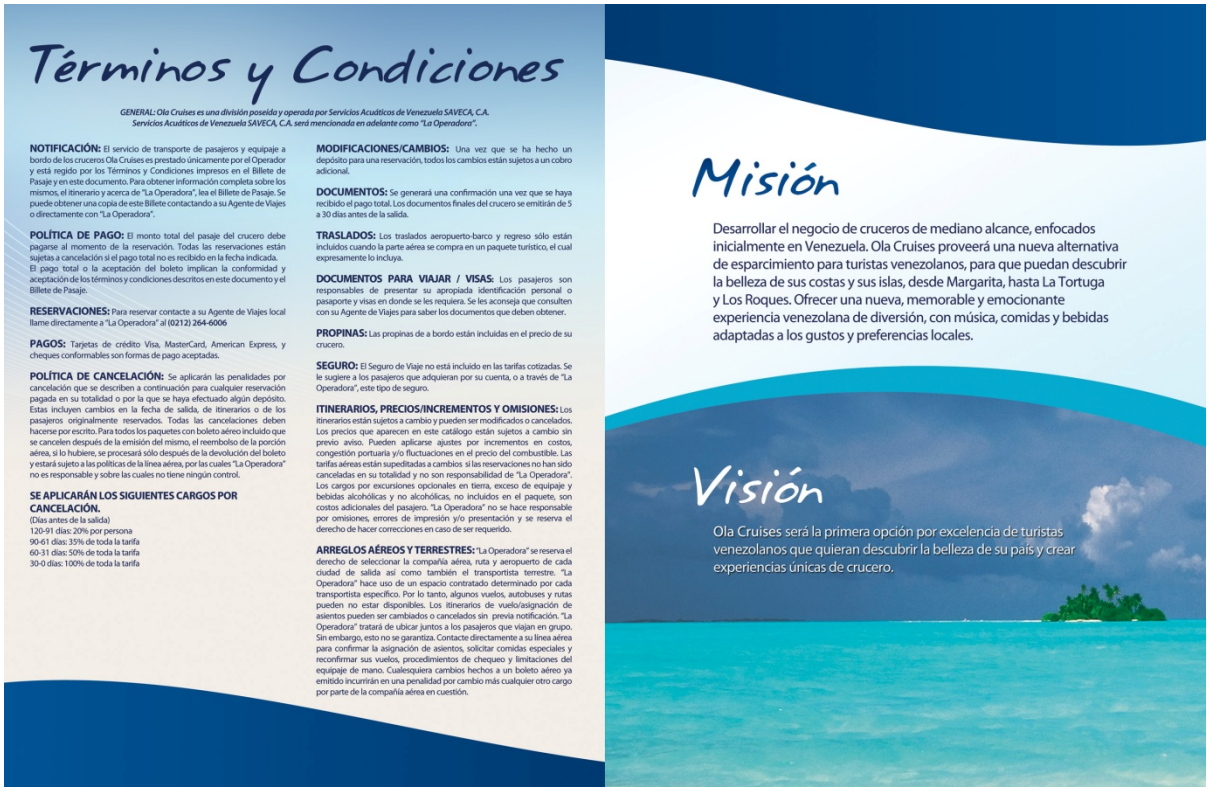


Figura 30. Brochure Ola Cruises: Página 18 y 3

5.8 *Locución comercial de TV / Opción 1*

En OFF:
(Sonidos de personas disfrutando en la piscina)

Crossfade entre imágenes
En OFF:
(Continúan sonidos de personas disfrutando en la piscina)

En OFF:
(Sonidos de jet skis y personas disfrutando e playa)

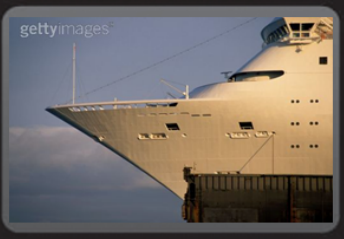
Crossfade entre imágenes
En OFF:
(Continúan sonidos de jet skis y personas disfrutando en la playa)

En OFF:
(Sonidos de personas divirtiéndose en el barco)

Crossfade entre imágenes
En OFF:
(Continúan sonidos de personas divirtiéndose en el barco)

En OFF:
¿Sabes que la diversión está más cerca de lo que piensas...

En OFF:
...y al mejor precio?



En OFF:
Ola Cruises te invita a sumergirte...

En OFF:
en la experiencia única...

En OFF:
...del primer crucero venezolano

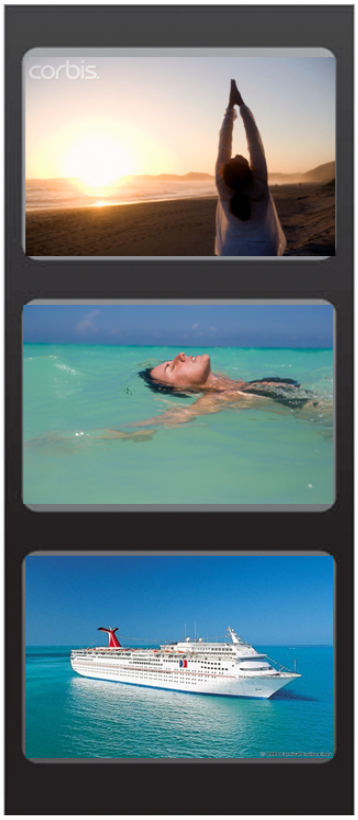
En OFF:
Disfruta y vive los destinos más espectaculares del país, a tu alcance...

En OFF:
Reserva ya...

En OFF:
...y déjate llevar por Ola Cruises...

Figura 31. Story Board Ola Cruises: Opción 1

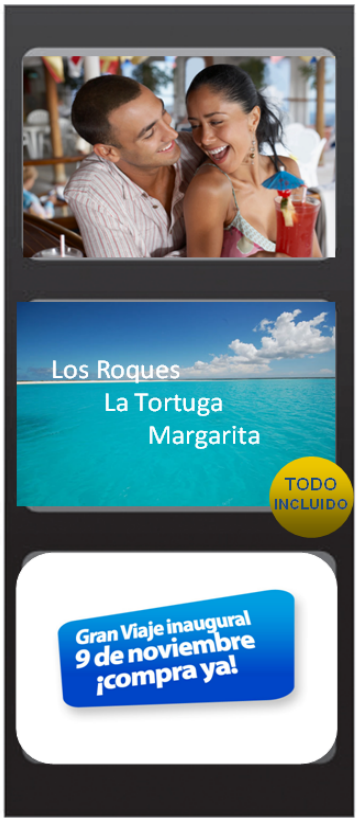
5.9 *Locución comercial de TV / Opción 2*



Hay un lugar donde el tiempo no vuela...

... Donde la única reunión pendiente será con el mar.

Déjate llevar por Ola Cruises, el primer crucero venezolano...



Desconéctate de la rutina, al mejor precio...

... y vive una experiencia única.

Decídete YA

Figura 32. Story Board Ola Cruises: Opción 2

5.10 *Menciones en vivo Ola Cruises*

Versión 1

Llegó el momento de decirle adiós al stress y ¡OLA a Los Roques, OLA a La Tortuga y a OLA a Margarita en el primer crucero venezolano que trae Ola Cruises!

Anímate a vivir una experiencia única desde Bs. F 275 diarios por persona con salida desde la Guaira. ¿Qué estás esperando? Reserva ya por los teléfonos (0212) 9354505 o visita www.olacruises.com

Disfruta a bordo y déjate llevar por… Ola Cruises

Versión 2

Siempre has viajado a la playa en carro, ferry o avión… pero ahora puedes hacerlo en el confort de un crucero… prepara YA tus maletas y súbete en el primer crucero venezolano que trae Ola Cruises

Los Roques, La Tortuga y Margarita son los maravillosos destinos adonde podrás llegar desde Bs. F 275 diarios por persona con salida desde la Guaira.

¿Qué esperas? reserva por los teléfonos (0212) 9354505 o visita www.olacruises.com
Disfruta a bordo y déjate llevar por… Ola Cruises

Versión 3

¿Cansado del tráfico, del trabajo y del stress diario?

¿Quieres ir a un lugar donde el tiempo no pasa, y el único ruido existente es el reventar de las olas?

Desconéctate, es posible en el primer crucero venezolano que trae Ola Cruises.

Los Roques, La Tortuga y Margarita desde Bs. F 275 diarios por persona con salida desde la Guaira. ¿Qué esperas? reserva por los teléfonos (0212) 9354505 o visita www.olacruises.com

Disfruta a bordo y déjate llevar por… Ola Cruises

Versión 4

Supongo que estás en pleno tráfico caraqueño, atrapado rodeado de vehículos… ahora imagínate que tu carro es un gran barco anclado en Los Roques, en La Tortuga o en Margarita… ¿te gustaría? Deja de soñar y embárcate en el primer crucero venezolano que trae Ola Cruises

Los Roques, La Tortuga y Margarita desde Bs. F 275 diarios por persona con salida desde la Guaira. Deja de soñarlo y reserva YA por los teléfonos (0212) 9354505 o visita www.olacruises.com

Disfruta a bordo y déjate llevar por… Ola Cruises

5.11 *Texto Big Boy Ola Cruises / agencias de viaje y exposiciones*

Figura 33. Big Boy Ola Cruises

Déjate llevar por el primer crucero venezolano:

Los Roques, Margarita y La Tortuga.

SALIDA DESDE LA GUAIRA

Pregunta aquí para más información

www.olacruises.com

Una división de SAVECA

5.12 *Texto Tend Card Ola Cruises / agencias de viaje y exposiciones*

Figura 34. Tend Card Ola Cruises

Déjate llevar por Ola Cruises

Los Roques · La Tortuga · Margarita

Llegó el momento… desconéctate en el primer crucero venezolano, de Ola Cruises.

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*

4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita

Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes

3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita

Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi

SALIDA DESDE LA GUAIRA

www.olacruises.com Una división de SAVECA

5.13 *Texto HTML / envío digital a agencias de viaje*

Figura 35. HTML Ola Cruises

Déjate llevar por Ola Cruises

La nueva alternativa turística de Venezuela

Los Roques · La Tortuga · Margarita

Ya llegó la nueva oportunidad de negocio para agencias de turismo, que les permitirá ofrecer a sus clientes una experiencia única de relax y diversión, y la posibilidad de visitar Los Roques, La Tortuga y Margarita ¡en el mismo viaje!

¡Complace a tus clientes con el primer crucero venezolano!

Desde Bs. F. 275 diarios por persona*

4 noches Ola Esmeralda / Los Roques · La Tortuga · Margarita

Bs. F. 1110,00 p/p - Zarpa los lunes

3 noches Ola Esmeralda / La Tortuga · Margarita

Bs. F. 960,00 p/p - Zarpa los viernes

Sin necesidad de utilizar tu cupo Cadivi

SALIDA DESDE LA GUAIRA

www.olacruises.com

Una división de SAVECA

5.14 *Texto valla rodante*

Figura 36. Frontal y posterior – Valla Rodante Ola Cruises

Ola Cruises

Déjate llevar por el primer crucero venezolano de Ola Cruises

www.olacruises.com

Figura 37. Lateral 1 – Valla Rodante Ola Cruises

Ola Cruises

Déjate llevar por el primer crucero venezolano

Los Roques · La Tortuga · Margarita

SALIDA DESDE LA GUAIRA

www.olacruises.com

Una división de SAVECA

Consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

Figura 38. Lateral 2 – Valla Rodante Ola Cruises

Ola Cruises

Déjate llevar por el primer crucero venezolano

Los Roques · La Tortuga · Margarita

SALIDA DESDE LA GUAIRA

www.olacruises.com

Una división de SAVECA

Consulta a tu agencia de viajes o contáctanos al (0212) 9354505

VI. RESULTADO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. La campaña de lanzamiento de Ola Cruises, primera línea de cruceros con bandera venezolana, tuvo una duración total de nueve semanas:

   • Fecha de inicio: 01 de septiembre
   • Fecha final: 31 de octubre

2. Del plan de medios que se presentó inicialmente al cliente, se concretaron las siguientes pautas:

Publicaciones impresas:

Medio	Fecha de Publicación/Transmisión	Entrega de Material
PRENSA		
El Universal	13-sep.	09/09
	27-sep.	23/09
	11-oct.	07/10
	25-oct.	21/10
El Nacional	13-sep.	09/09
	20-sep.	16/09
	27-sep.	23/09
	04-oct.	30/09
	11-oct.	07/10
	18-oct.	14/10
	25-oct.	21/10
Últimas Noticias	13-sep.	09/09
	20-sep.	16/09
	27-sep.	23/09
	04-oct.	30/09
	11-oct.	07/10
	18-oct.	14/10
	25-oct.	21/10
REVISTA		
Dominical	11-oct.	18/09
	25-oct.	02/10

Tabla 3. *Pauta medios impresos*

Medios audiovisuales:

RADIO

Emisora	Programa	Sep. /Oct.
Kys 105.1 FM	Estamos en Kys Con Sergio Novelly	44 cuñas
Planeta 105.3 FM	Planeta Café Con Victor X	44 cuñas
Fiesta 106.5 FM	La fiesta de full chola Con Juan Manuel La Guardia	44 cuñas
Entrega del material: cinco (5) días hábiles antes de su transmisión		132 cuñas

Tabla 4. *Pauta radio*

Publicidad exterior

VALLA RODANTE

Medio	Período de contratación	Entrega del material
Valla Rodante Ruta: Caracas	01de Septiembre a 31 de Octubre	Diez (10) días hábiles antes de la exhibición

Tabla 5. *Pauta valla rodante*

3. *Contactos efectivos con el target:*

Un indicador importante para estimar la reacción de la audiencia objetiva, ante la estrategia comunicacional de lanzamiento de Ola Cruises, es la cantidad de contactos efectivos que se lograron concretar; es decir, el volumen de vacacionistas que compraron sus paquetes para viajar en el Ola Esmeralda.

Según la información suministrada por Carlos Rey, Gerente de Mercadeo de Ola Cruises la respuesta de público arrojó los siguientes resultados*:

*El cliente suministro únicamente indicadores referenciales

La cuantificación exacta de los resultados no fue expuesta por condiciones y términos de marca

- Disponibilidad copada para los dos períodos de temporada alta, sucesivos a la campaña de lanzamiento: diciembre 2009 y carnavales 2010
- Cupos reservados y vendidos de más 1000 cabinas de pasajeros (sin incluir el número de reservas por confirmar)
- Más de 1500 cupos de pasajeros vendidos (sin incluir el número de reservas por confirmar)

4. Considerando que la campaña de lanzamiento de Ola Cruises se ejecutó durante septiembre y octubre del 2009, meses cercanos a las fechas de la temporada alta decembrina, se evidencia que la respuesta del público frente al mensaje, fue expedita.

5. A pesar del poco tiempo de exposición de la campaña, los resultados fueron ampliamente positivos, lográndose la totalidad de la capacidad de ventas relativas a los dos períodos de temporada alta siguientes.

6. Teniendo en cuenta, lo mencionado anteriormente, se recomienda mantener la identidad gráfica, y el contenido y tono establecidos para las comunicaciones de la marca. El explotar tanto los destinos, como las emociones que suscitan unas vacaciones en crucero, engloba una amplia gama de experiencias sensoriales, que facilita la identidad receptor objetivo con el mensaje percibido.

7. Queda demostrado que destinos turísticos como Los Roques, La Tortuga y Margarita despiertan gran interés entre turistas venezolanos; los cuales se mantienen a la expectativa de nuevas alternativas de acceso, a precios más asequibles.

8. Desplegar un proyecto de turismo interno en la actualidad de Venezuela, en especial la oferta de crucero propuesta por Ola Cruises, se presenta como una considerable oportunidad a tener en cuenta frente a factores que condicionan la decisión turística de los vacacionistas, como permuta de moneda internacional, trámites de Cadivi y elevados costos de pasajes aéreos y estadía, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

• (2009) Universidad Católica Andrés Bello. [Homepage]. www.ucab.edu.ve/teg.html

• (2009) Venezuela Tuya. [Homepage]. www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm

• (2009) Fred. Olsen Cruise Lines. [Homepage]. www.fredolsencruises.com/our-ships/black-prince

• (2009) Pullmantur [Homepage]. www.pullmanturcruises.com/ES/Compania/tx1206525911264.html

• Servicio Nacional de Turismo de Chile "Pasos para construir la marca de un destino turístico". Departamento de Promoción, Página 2

• Marilin Pino A. (20 de septiembre de 2009) "Variedad". El Universal. Cuerpo: Guía Turística.

• Target Group Index Survey (TGI) (2009) Estudio de hábitos de los distintos sectores socioeconómicos de Venezuela.

• Contenido suministrado por el departamento de mercadeo de Ola Cruises, vía correo electrónico (julio 2009 – febrero 2010)

• Contenido elaborado por el departamento creativo, y el departamento comunicaciones de la agencia de publicidad Vapro (agosto 2009 – febrero 2010)