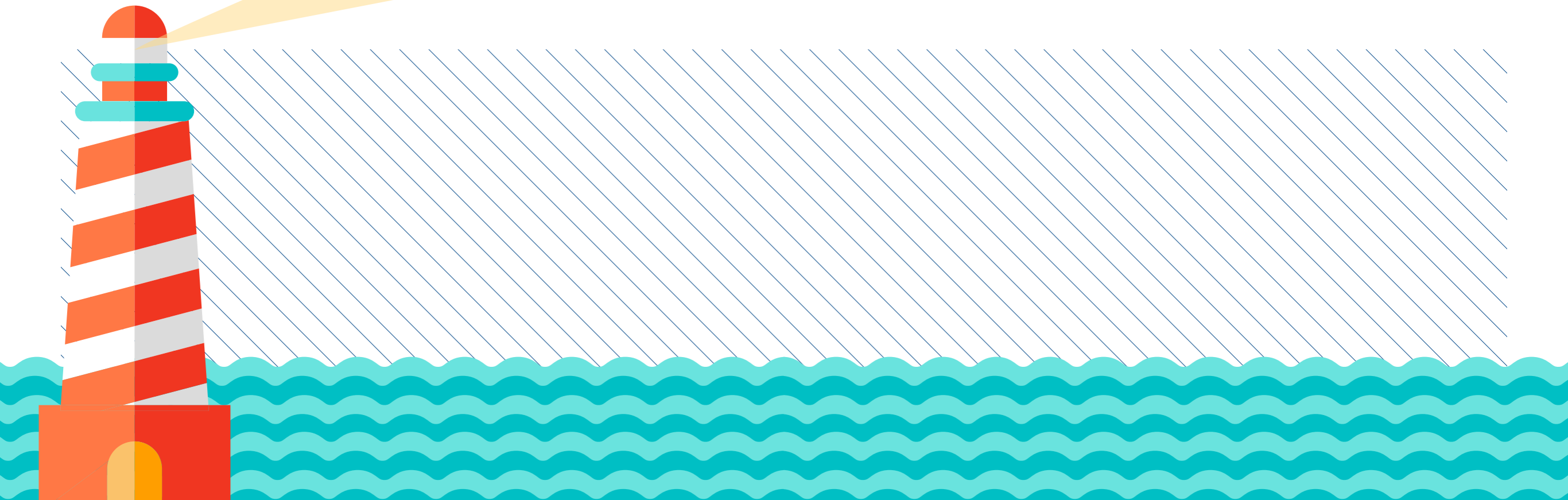


# Comercialización Commercialization



El reto que impulsa la Autoridad Portuaria de Motril es convertirse en un eslabón eficiente y eficaz de las cadenas logísticas del transporte, mejorando en la medida de lo posible los ratios de utilización y eficiencia de sus infraestructuras, con una oferta de calidad, que permita la integración en las cadenas logísticas de las mercancías y los pasajeros para que el tránsito por nuestro puerto sea rápido y económico. Para conseguir dicho reto se realizan actividades comerciales y de marketing dentro su Plan Comercial, dándose a conocer a operadores logísticos, agentes económicos y sociedad en general.

Esta actividad ha sido desarrollada por la Agrupación de Interés Económico, Motrilport Granada, a quien la Autoridad Portuaria le atribuye las funciones comerciales, de marketing y comunicación, encontrando en esta fórmula el modo más eficaz de lograr sus objetivos. Así, el Puerto de Motril, entendido como plataforma logística, ofrece servicios a buques, mercancías y pasajeros que, aunque prestados por una diversidad de agentes, es percibido como un servicio único y completo. El Puerto se convierte en un escenario de cooperación e interacción entre distintos agentes y empresas, por lo que cobra importancia el concepto de comunidad portuaria.

Integran Motrilport los principales agentes económicos privados y entidades interesadas en el crecimiento del tráfico marítimo

portuario, como la Autoridad Portuaria, el Ayuntamiento de Motril, la Diputación de Granada, los principales operadores privados del puerto, Caja Granada, etc. De este modo, todos los agentes implicados aúnan esfuerzos en una misma dirección, optimizando recursos.

En 2013 se establece un Plan Comercial que siguiendo las líneas estratégicas y los tipos de tráfico objetivo, da respuesta a la demanda de los diversos sectores portuarios, facilitando las relaciones comerciales, la integración en las cadenas de suministro y potenciando la imagen del Puerto de Motril como una Comunidad Logística.

Las líneas estratégicas de actuación comercial establecidas y los tipos de tráfico que constituyen objetivos comerciales, se plasman en las actividades comerciales que se resumen en:

- Posicionamiento en el estrecho de Gibraltar integrando el puerto como eslabón esencial en la cadena logística Europa-África. El objetivo del Puerto de Motril consiste en, lejos de actuar como competencia de línea principal, constituir una conexión complementaria, que haga más competitivas todas las líneas operativas.

- Puerto Verde: las políticas ambientales aplicadas en todos los ámbitos, se verán reforzadas mediante la participación del puerto como plataforma logística para el transporte de biomasa y componentes de generadores hidráulicos.

- Integración del puerto en su hinterland ofreciendo a los productores locales soluciones rentables económica y ambientalmente para la exportación-importación de sus productos. Potenciar el tráfico el productos hortofrutícolas en contenedor a fin de reducir la huella medioambiental y evitar la congestión en las infraestructuras viarias.

- Consolidar el tráfico de pasajeros en sus dos ámbitos: el crucerístico, en beneficio de los intereses económicos y turísticos de la zona y el pasaje regular con el Norte de África, siendo el puente de unión entre dos continentes.

- Mantener los tráficos tradicionales. Entre ellos, los productos derivados del petróleo, los abonos, los graneles y la pasta de papel.

#### PRINCIPALES INICIATIVAS PROMOCIONALES DESARROLLADAS EN 2012

Presencia en:

Cruise Shipping Miami EEUU. Principal evento del sector de cruceros.

SIL Barcelona, sector logístico.

Fruit Attractión, Madrid. Principal evento del sector de frutas y hortalizas de España.

Seatrade Med Barcelona. Feria bianual del sector de cruceros en el Mediterráneo.

Fitur Madrid, principal evento del sector turístico que se desarrolla en España.

International Cruise Summit, Madrid, principal punto de encuentro del sector cruce-

ros en España, con repercusión internacional.

Organización y colaboración:

Misión comercial de la Cámara de Motril a Nador.

Contactos particulares con operadores logísticos, navieras e instituciones.

Actividades en Marruecos para la potenciación y promoción de las líneas regulares con el Norte de África.

Programa de visitas educativas y técnicas Servicio de atención a los cruceros, información turística a los pasajeros de cruceros.

Campañas de imagen en prensa local y especializada.

La Inversión realizada por la Autoridad Portuaria de Motril en promoción comercial en el año 2013 ha sido de 199.525 euros.

Así mismo cabe destacar la aportación económica y el apoyo decidido del resto de agrupados y asociados de Motrilport con el fin de alcanzar los objetivos comunes para el desarrollo del Puerto de Motril y de la mejora económica y social de nuestro entorno.

The challenge that drives Motril Port Authority is to become an efficient, effective and strong link within the transport logistic chain and to improve, as far as possible, the resource usage ratios and its facilities efficiency with a quality offer that allows the integration onto the goods and passengers logistic chains to make transit through our Port faster and economically efficient. To achieve that goal, business and marketing activities are involved within its Business Plan, making itself known to logistics operators, economic agents and society at large.

These activities had been developed by the economic interest group, Motrilport Granada, to whom the Port Authority assigned business, marketing and communication functions, finding in this new formula the most effective way to achieve the above mentioned objectives. This way, Motril's Port, understood as a logistic platform, offers its services to ships, goods and passengers and even though it is provided by a wide diversity of agents, it is perceived as a complete and unique service. The port becomes a cooperation and interaction scenario between different agents and companies, stressing the "port community" concept meaning.

Motrilport comprises the major private economic agents and companies interested in maritime traffic growth, as the Port Authority, Motril City Council, Granada Council, port main private operators, Caja Granada, etc... In this way, all the parties involved are pulling in the same direction, optimizing resources.

In 2013, a Business Plan is established following the Port's strategic line and the targeted traffic as a response to the several Port sectors demands, easing trade relations, integration into supply chains and boosting Motril Port image as a Logistic Community.

The strategic lines of action established and the targeted traffic representing business goals, translate into the actions carried out during 2012, reflecting on the business operations that summarizes in:

– Straits of Gibraltar Positioning: Integration of the Port as an essential link into the Europe-Africa logistic chain. Motril Port's goal is to, far from being a main line competitor, but to be a complementary connection, making all service lines more competitive.

– Green Port: Environmental policies applied to all areas will be strengthened as the port serves as a logistic platform for biomass and hydraulic generators components transport.

– Port-Hinterland integration: Providing economical and environmental solutions to local producers for the export-import of their products and increasing transport of fruit and vegetables in containers in order to reduce environmental footprint and to avoid congestion of the road infrastructures.

– Consolidate passenger traffic: in its two practice areas; the cruising area, in benefit of economical and tourist interests of the area, and the regular service with Northern Africa, serving as a bridge between two continents.

– To maintain the traditional traffic: Amongst them, petroleum products, fertilizers, bulks and pulp slurry.

MAIN MARKETING ACTIONS DEVELOPED IN 2013:

Presence at:

- Cruise shipping Miami (U.S.A.) - Main event of the cruise industry.
- SIL Barcelona (Spain) – Event of the logistic sector.
- Fruit Attraction, Madrid (Spain) – Spanish fruits and vegetable sector main event.
- Seatrade Med Marsella (France) – Biannual event of the cruise sector.
- Fitur Madrid (Spain) – Main tourism sector event, developed in Spain.
- International Cruise Summit Madrid (Spain) – Main meeting point of the cruise industry in Spain, with international impact.

Organization and collaboration with:

- Motril Commercial Chamber trade mission to Nador.
- Particular contact with logistics operators, shipping companies and institutions.
- Activities in Morocco to promote and exploit regular lines with Northern Africa.

- Educational and technical visits program.
- Service to cruise vessels, touristic information for cruise passengers at the hospitality dock.
- Image campaigns in specialised and local press.

Investment made by Motril Port Authority in commercial promotion in 2013 was 199.525 €.

It should also be noted the economic contribution and the restless support of the rest of the groups and associates of Motrilport in order to achieve the common goals to develop Motril Port, and the economic and social progress of our environment.