



**Entrevista a
Emiliano
González
Delgado,**

**director general
de MSC Cruceros**

UNA MIRADA AL FUTURO DE MSC CRUCEROS

En nueve años, desde 2001 al 2010, MSC Cruceros habrá aumentado su flota de 3 a 12 barcos, su capacidad de camas bajas 9 veces y de pasajeros 14 veces, pasando de 75.000 a 1.100.000 en el mismo periodo. Esta colosal singladura será posible gracias al enorme conocimiento y dominio del mar de una compañía líder en el mercado de cruceros. De su espectacular expansión nos habla Emiliano González Delgado, su director general.

“MSC es 100 x 100
italiano y un
servicio 100 x 100
europeo”



MSC Cruceros

-Desde que comenzó a operar MSC Cruceros en 1995, ¿Cuál ha sido su evolución?

Desde ese año ha estado representada en España a través de Latitud 4, hasta que en 2003 comenzó a operar directamente en el mercado español con oficinas en Madrid y desde 2006 también en Barcelona. Cuenta con 56 empleados y dos centrales de reservas propias que atienden a todas las agencias de viajes a través de quienes se hace la venta, con las comisiones más altas que existen en el mercado europeo, siendo los cruceros los que aportan una mayor rentabilidad.

-¿Con qué flota cuenta actualmente y cuál es el programa de expansión en los próximos años?

Ha tenido un crecimiento extraordinario. Desde su inicio como Compañía crucerista con 3 barcos, ha pasado en 2007 a 8 barcos. En abril de 2008 inaugurará el MSC Poesía con capacidad para 3.000 pasajeros y en diciembre, el MSC Fantasía. Otros dos nuevos barcos, el Espléndida y el Magnífica, se inauguraran en 2009 y 2010, respectivamente. En cuanto al número de pasajeros, alcanzaremos este año 2007, 550.000 a nivel mundial y 50.000 en España, con una previsión de aumento para el año próximo, entre el 40 y el 50%.

-¿Poseen algún certificado de calidad, tanto de sus barcos como de los servicios hoteleros que ofrecen a bordo?

Todos los barcos de nuestra flota gozan de la certificación ISO 9001.2000 y es miembro cualificado de RINA.

-¿Cuáles son los principales itinerarios de cruceros que salen o hacen escala en puertos españoles?

Nuestra compañía tiene un área de influencia especial en el Mediterráneo, con salidas tanto de puertos españoles como de otros europeos y continuará en esa línea. Así, en 2008, saldrán 2 barcos desde Barcelona que se van a simultanear con Palma de Mallorca, uno desde Valencia y otro desde Málaga, con itinerarios diferentes. Otros barcos partirán de Génova, Venecia, Bari y Nápoles.

-¿Es España un mercado prioritario para MSC Cruceros?

No sólo es prioritario sino también estratégico pues España ha tenido un crecimiento de los más altos de Europa en el segmento cruceros. Hoy el mercado español es el 4º en importancia por volumen de pasajeros, después de Gran Bretaña, Alemania e Italia, habiendo superado a Francia, teniendo además un mercado potencial muy alto. Del volumen total vacacional español, el porcentaje de cruceristas es todavía muy bajo, por lo que, una ligera subida de aquél producirá un incremento notable del número de cruceristas.

- Considerando la fuerte competencia existente en el sector, ¿pueden ofrecer un producto con algún rasgo diferenciado que atraiga a los clientes potenciales?

Sin duda, la competencia es muy grande. La Compañía tiene unos perfiles que nos permite ofrecer un producto diferenciado en relación con otras empresas del sector. En primer lugar, un tema sencillo pero importante: la decoración de los barcos. Todos ellos presentan un estilo y un gusto especial italiano, además de destacar el servicio esmerado y atento que ofrece el personal en todo momento al pasajero.

- En la coyuntura actual marcada por el continuo alza del petróleo y el calentamiento global, ¿MSC es una compañía comprometida con el respeto al medio ambiente?

En efecto. En cada barco nuevo que incorpora a su flota su máxima prioridad es el respeto por el mar. MSC Cruceros es una Compañía dentro del Grupo, que cuenta con un total de 305 barcos de carga de contenedores en todo el mundo y siempre ha mantenido este principio básico. Cada nuevo barco dispone de las más modernas tecnologías para ser respetuoso con el mar, en especial, en el tratamiento de residuos.

- Según está el mercado actual, ¿estima que existe suficiente demanda para una oferta cada vez más amplia y variada?

Aunque es cierto que en los últimos años se ha producido un incremento considerable de la oferta de plazas, también la demanda ha tenido unos índices de aumento apreciable. En España el mercado sigue siendo muy estacional pero se observa como se va alargando la temporada paulatinamente con segmentos de población que disponen de mayor tiempo para realizar cruceros fuera de la temporada clásica de mayor demanda. Además, también aumenta el segmento de clientes formado por jubilados o prejubilados con un poder adquisitivo medio-



“Hoy el mercado español es el 4º en importancia por volumen de pasajeros, después de Gran Bretaña, Alemania e Italia, habiendo superado a Francia”

alto y alto, con sus necesidades básicas cubiertas y menos compromisos de tipo familiar para hacer un crucero en cualquier época del año. Esto ya ocurre desde hace años en mercados muy fuertes como el alemán. Nosotros sin llegar a esos niveles, vamos por ese camino. Otro segmento muy importante son los viajes de novios, ya que el crucero es una de las primeras elecciones a la hora de elegir un destino. Precisamente, al constatar un incremento notable de la oferta, invitaría al cliente potencial a ser muy selectivo a la hora de elegir un crucero y una compañía ya que no se puede "considerar crucero a cualquier barco turístico que flote".

-¿Qué novedades presenta MSC en su programación para 2008?

En abril del 2008 incorporamos un nuevo barco, el MSC Poesía, el tercer barco gemelo de la serie Música que fue el primero que se inauguró en 2006 y en 2007, lo ha sido el Orchestra.. Va a estar posicionado en Venecia, realizando cruceros todas las semanas por el Adriático y el Mediterráneo hasta Estambul. En Barcelona contaremos con dos barcos desde principio de temporada, el buque insignia, el MSC Orchestra desde marzo con cruceros semanales con el clásico itinerario por el Mediterráneo occidental. Un segundo barco, el Melody para clientes españoles con salida todos los lunes desde Barcelona y el MSC Sinfonía, desde Valencia todos los miércoles. Incrementamos nuestra oferta en el Norte de Europa con tres barcos de nueva generación, el MSC Lírica y Opera posicionados en Copenhague con cruceros por los fiordos noruegos y capitales bálticas y el Armonía con cruceros de once noches por las capitales bálticas y el cabo Norte.

-¿Piensan promocionar los cruceros temáticos y los de congresos e incentivos?

MSC presenta el programa más amplio de cruceros temáticos que existen en el mercado. En total 22, entre ellos los de Ajedrez, Astrología, Baile, Bridge, Fitness, Manualidades, Música clásica, Gastronómico, Solteros y Sabor Bio. Uno de los más demandados es el de Golf en el MSC Sinfonía que dispone de simuladores de golf y cursos de mini golf para perfeccionar las técnicas y, además, disfrutar de los cursos en los más exclusivos campos de Europa. Por otro lado, cada vez tienen lugar más viajes de congresos, convenciones e incentivos, por parte de empresas multinacionales, incluso



fletando barcos en su totalidad, pudiendo reunir a un amplio colectivo entre 2.500 y 3.000 personas.

-¿Es cierto que la industria del crucero tiende a posicionarse más en el Mediterráneo, norte de Europa y costas europeas del Atlántico, en detrimento de los destinos americanos?

Son dos mercados diferentes, el del Caribe es el número uno en el mundo, con más de 11 millones de cruceristas que funciona todo el año. En el Mediterráneo también es esta la tendencia actual. Los nuevos barcos que se van incorporando a la flota, vienen ya acondicionados con techos retráctiles en las cubiertas, lo que permite a los viajeros estar navegando por el Mediterráneo en pleno mes de enero y disfrutar de una piscina climatizada cubierta.

-¿Qué importancia dan al capital humano?

Muchísima, es primordial, ya que el centro de atención de nuestro personal es el pasajero. Por ello, ha de someterse a unos tests y a un entrenamiento constante. Los idiomas más utilizados en nuestros barcos son el italiano, español, inglés, francés y alemán.

-¿Cuáles son las claves del éxito de MSC?

Con un capital 100x100 italiano y un servicio 100x100 europeo, nuestros barcos son el resultado de una acertada combinación de elementos únicos como el diseño, la seguridad, el confort y la elegancia. Además, la mayor proximidad con el cliente, el trato humano, la diversión garantizada y la variada gastronomía, son una buena prueba del éxito y el crecimiento imparable de MSC Cruceros en los últimos años.

-¿Cuál es el gran reto de la Compañía en un futuro próximo?

Nuestra vocación es ser líderes en el Mediterráneo.

-¿Cuál es su estilo de dirección?

Estar muy cerca de todo el personal, manteniendo unos principios de respeto por el trabajo de todos, fomentando el trabajo en equipo y escuchando las opiniones de todos. En definitiva, los que dirigimos una empresa somos como los "directores de orquesta" obligados a procurar que todos sus componentes toquen los instrumentos bien afinados y con el ritmo adecuado. 🎵

José Antonio Fernández Cuesta

