

Entrevista a
Santiago
Labrador,
Presidente ejecutivo
de Vision Cruceros

por José Antonio Fernández Cuesta

En los últimos 15 años el sector cruceros en España ha experimentado el mayor índice de crecimiento anual, muy por encima de otros países europeos con tradición crucerista.

-¿Hacia dónde se dirige el sector cruceros en España y en Europa?

El futuro del mercado es muy halagüeño, aunque han surgido numerosas compañías que pretenden copar la demanda española. En los últimos 15 años, el sector ha experimentado en España el índice de crecimiento más alto por encima de países como Italia, Francia, Gran Bretaña y otros países emergentes como Rusia, Alemania, Noruega, Suecia y otros del norte de Europa.

¿Es el Mediterráneo un valor en alza?

Entiendo el Mare Nostrum como un destino muy demandado por las compañías cruceristas debido a las facilidades que existen en los puertos y en el entorno del Mediterráneo, donde se mueven más de 450 millones de habitantes, más los provenientes de Ultramar como Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica. Por ello realizan itinerarios desde abril a octubre para cubrir todo el mercado y obtener así mayores rentabilidades.

¿Considera que existe una sobreoferta de cruceros?

Efectivamente. En este momento se está produciendo una sobreoferta engañosa pero en realidad es una oferta en dumping o en pérdidas, que

perjudica la imagen de los cruceros de un producto de alto nivel, calidad de servicios y prestaciones, lo que es muy importante conservar. Así, es imposible mantener el nivel de calidad de los cruceros con precios similares a un hotel de 2 estrellas. El horizonte, no obstante es enorme. Se mueve en varias facetas: una es la construcción de barcos y su financiación. Otra es la explotación de todo lo que conlleva ya que hay que gestionarlos, llenarlos y conseguir la mayor rentabilidad posible. En esto creo que las navieras no están tan experimentadas como en otros subsectores del turismo tales como el hotelero o el aéreo.

¿Qué producto es el más demandado por el mercado español?

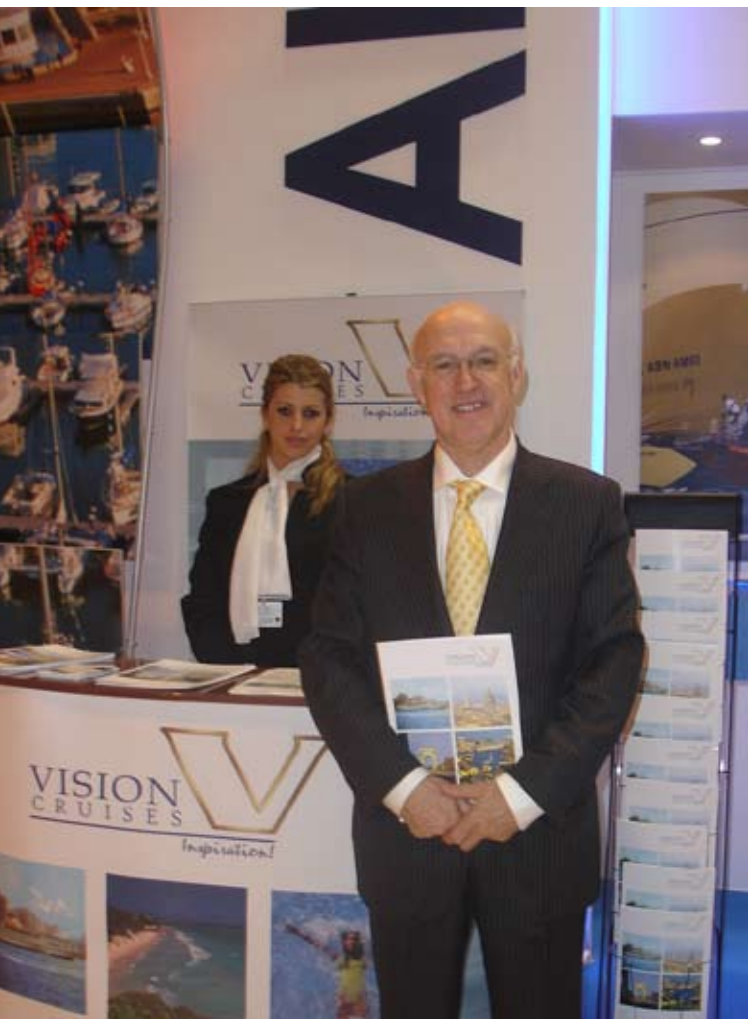
Los cruceros han adquirido un desarrollo enorme en todos los destinos de media y larga distancia, creciendo en los últimos años entre un 10 y un 20% al año, muy por encima de otros productos del sector turístico que sólo han aumentado alrededor del 7%. Actualmente, se pone de manifiesto un cierto cansancio por varias razones como el aumento del precio de los carburantes, la desaceleración económica, el cambio climático y su repercusión en el clima que influye en los itinerarios, etc. La realidad es que el producto más demandado por los cruceristas españoles sigue siendo el Mediterráneo, posiblemente, por la gran oferta que tenemos con salida de puertos españoles. Nuestra compañía sale de Barcelona y Málaga, siendo la única que está posicionada con salidas y llegadas en el mismo puerto. Ahora es también muy demandado el mix avión-barco. Incluso con el AVE a Barcelona y Málaga, se acercan aún más dichos puertos, beneficiándose los pasajeros de descuentos apreciables con el mix barco-tren. Además, otra ventaja es que la mayoría de los puertos españoles están a menos de cinco horas de automóvil por autopista. Por ello, en Visión Cruceros, hemos apostado por los puertos españoles.

¿Cuántos itinerarios realiza la Compañía?

Son principalmente tres: **Fascinación Mediterránea**, por el Mediterráneo Occidental con salida y llegada a Barcelona, La Goulette (Túnez), Nápoles, Civitavecchia (Roma), Livorno-Florenia y Niza, de ocho días de duración; **Encanto Mediterráneo**, también desde Barcelona, La Goulette(Túnez), Malta, Corfú(Grecia), Messina, Nápoles, Civitavecchia-Roma y Niza, de diez días y **Tesoros de Grecia**, desde Barcelona, LaGoulette(Túnez), Malta, Katakoloa-Olimpia (Grecia) Heraklion-Creta (Grecia) Kusadasi-Efeso (Turquia) Santorini (Grecia) Pireo-Atenas(Grecia) Nápoles, Olbia-Costa Esmeralda (Cerdeña) y Barcelona, de trece días.

Al contar con un barco de una capacidad media, ¿piensan promocionar los cruceros temáticos y los de congresos e incentivos?

Nos hemos posicionado con una nave Visión Athena con un tamaño ideal, con 277 camarotes, con capacidad para 554 pasajeros, en un mercado dedicado a lo diferente, al privilegio y a la inspiración en los itinerarios, en la gastronomía y en el servicio personalizado y en español. Se evita así la estandarización, dando una atención y un trato personalizado a los cruceristas, que no se sienten agobiados con las prisas de unos horarios rígidos y de masificación de otros barcos con miles de pasajeros. Nuestra idea básica es el mejor servicio, un nivel de barco de cuatro estrellas-plus, ofertas privilegiadas, cruceros tranquilos y reposados, con variedad de itinerarios y riqueza de posibilidades de vida a bordo como conferencias, coaching, concursos, juegos, exposiciones artísticas y culturales. En concreto ahora está reservado en su totalidad para la Expocine de Málaga-Valley, del 7 al 14 de abril de este año y en Valencia, para promocionar el



Nuestra filosofía es aumentar la flota con una nave más cada año. En 2009 tenemos en proyecto lanzar el Visión Stars

El visión Athena con un tamaño ideal, con 277 camarotes para 554 pasajeros ofrece un servicio personalizado y en Español

Campeonato de Fórmula I, en el que participará Fernando Alonso.

¿Cuál es el perfil tipo de sus clientes?

Muy variado pero, básicamente, repetidores de otros cruceros, de clase media y media-alta, familias con nuestra oferta "niños gratis", novios, etc. Ofrecemos mucha animación y entretenimiento para niños y jóvenes, cruceristas a los que les gusta la cultura y el arte de las que podrá disfrutar en charlas a bordo y en excursiones en las escalas. En cuanto a la edad, entre 35 y 65 años y ejecutivos en viajes de incentivos de empresas que celebran sus convenciones o simposium en el propio barco. El barco Visión Athena, según la catalogación Rina data del 1994, y en el que se hecho grandes inversiones para renovarlo en toda su estructura y mobiliario. Así en 1994, 140 millones de dólares, en 2004, 10 millones de euros y, la más reciente el año pasado, 4 millones de euros. Visión Cruceros actúa siempre con liquidez, transparencia y profesionalidad. Somos un "holding" con Classic Cruises y el futuro es avanzar en esta

línea. Nuestra filosofía es aumentar la flota con una nave más cada año, de similares características, para conseguir nichos de mercado concretos. En 2009 tenemos en proyecto lanzar el Vision Stars.

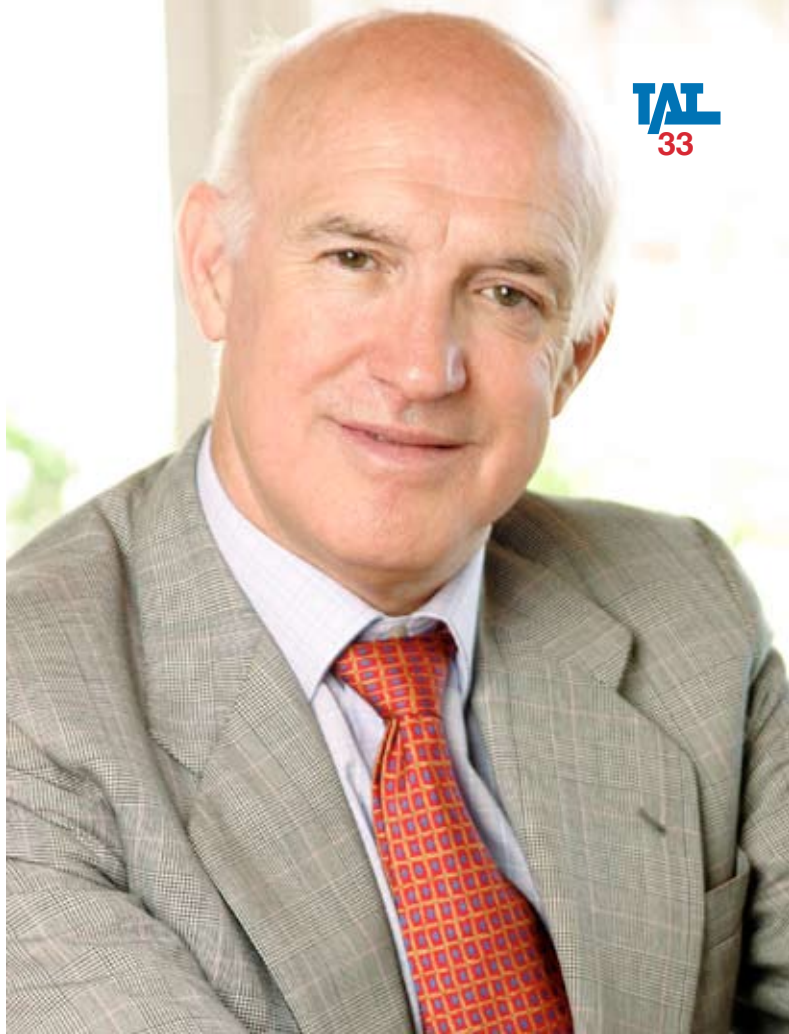
¿Por qué canales de venta apuestan?

Siempre, desde que me inicie en el sector de cruceros, se ha realizado a través de las agencias de viajes, red muy especializada y profesional que ha invertido mucho en sus oficinas, con un personal muy capacitado para vender bien las 450.000 plazas que se comercializan al año en España. Las apoyamos con campañas de marketing y publicidad en todos los medios, prensa, radio e, incluso, televisión. Confiamos mucho en ellas y las agencias de viajes también confían en nosotros.

¿Tiene nuevos proyectos para la programación de 2008-2009?

Próximamente saldrá el programa invierno 2008 y año 2009, que presentará las novedades que prefiero ahora no comentar. Nuestra nave estará posicionada en Barcelona a partir de abril y hará los tres itinerarios mencionados. Señalar, además, que todas las cabinas disponen de bañe-

ras, bidet, muchas disponen de jacuzzi y la mayoría son exteriores, con un elevado porcentaje con terrazas y balcones. Visión Cruceros tiene un objetivo claro: posicionarse en el mercado español, para hispano parlantes latino americanos y para amantes de la cultura y la lengua española. También para extranjeros de toda Europa que así lo demandan. Curiosamente, el 15% de nuestros clientes son nórdicos, precisamente, por que les gusta mucho nuestro país. ☺



EL MEJOR MARCO PARA UN EVENTO ESPECIAL

RESTAURANTE



BALCON DE LAS NACIONES

Ribera del Loira, 46 - Edificio II - Tel. 91 721 00 18 - Fax 91 721 00 22

RESTAURANTE



Goya



Campo de las Naciones - Paseo Doce Estrellas - Edificio Goya
Tel. 91 721 06 00- 91 721 02 52 - Fax. 91 721 06 77