

Entrevista a



www.mschyachtclub.com

Emiliano González, Director General del MSC Cruceros España

Emiliano González es uno de los ejecutivos de cruceros más veterano en el mercado español. Recibió a TAT en su despacho de Madrid, y nos ayudó, con su amabilidad habitual, a comprender las claves de los cruceros en España.

TAT. Nos gustaría conocer su opinión sobre la evolución del producto cruceros en España de 2011, y a ser posible que nos informara sobre el crecimiento de tu empresa.

Emiliano González. En 2011 hemos crecido aproximadamente un 10% sobre 2010, llegando a los 84.000 pasajeros. El año pasado fue un año sin barco nuevo, por lo que no existió crecimiento de la oferta de la compañía. Además, a pesar de la crisis, MSC Cruceros intentó mantener los precios con un modesto incremento para mejorar los márgenes. Pero en junio de 2011 tuvimos que apostar por tarifas más económicas (tarifas bingo), para mantener nuestra cuota de mercado. Visto dentro del contexto general, fue un año satisfactorio.

TAT. ¿Cuáles son las perspectivas y objetivos de MSC Cruceros en España y a nivel internacional en 2012?

Emiliano González. En 2012 tenemos un crecimiento parcial de nuestra flota, ya ahora en junio entra en servicio un nuevo buque, el MSC Divina. Esto hace que nos planteemos llegar a los 90.000 pasajeros, pero con un entorno económico tan complicado que será difícil mantener nuestro margen por pasajero. Existe una caída generalizada del consumo, que afecta también a todo el mercado vacacional y por lo tanto, a los cruceros, con el que tendremos que convivir en 2012.

“Para 2012 nuestro principal objetivo es mejorar el margen por pasajero”

Respecto a 2012, MSC Cruceros incorpora un nuevo megabuque de gran capacidad ¿esta expansión, en medio de una crisis como la actual, puede afectar a los precios y ratios de ocupación?

El MSC Divina comenzó a operar en la primera semana de junio desde Venecia. Es el primer buque del tipo MSC Fantasia que estará basado en



ese puerto. Un buque nuevo es en sí mismo un generador de demanda. Existe interés por el barco y eso genera un nuevo mercado. Otra de las novedades de MSC Cruceros es el cambio del sistema tarifario hacia otro basado en el yield management, con tarifas “desde y hasta”. Vamos a ver hasta donde podemos llegar en un mercado tan competitivo y tan dado al descuento como el español. No vendemos más caro porque el mercado no nos lo permite. El cliente quiere precios competitivos. En 2012 tendremos precios en función de la demanda: nuestro objetivo es mejorar el margen por pasajero, pero con más énfasis en el barco nuevo para aprovechar la demanda que genera.

TAT. ¿Se ha resentido el mercado de cruceros de grupos/incentivos por la crisis?

Existen el mismo nivel de consultas, o incluso superior, para reservar grupos. El nivel de petición de ofertas es similar al de 2010, pero los tiempos de decisión sobre los mismos se han incrementado. Antes de dar el OK se piensan mucho la contratación.

TAT. MSC tiene presencia en Europa, Sudamérica, Sudáfrica, etc ¿Se plantea entrar en otros mercados emisores, como el chino?

Emiliano González. MSC Cruceros se plantea como primer objetivo consolidar su presencia en el Mediterráneo, ya que piensa que este destino tiene aún mucho recorrido. Nuestro ideal es convertir al Mediterráneo en un destino viable doce meses al año. El mercado en Europa de cruceros durante el invierno tiene mucho recorrido. También nos planteemos nuevos destinos, como el Golfo Pérsico o el Caribe francés. Pero no existe ningún proyecto para entrar en China, ni como emisor, ni como destino.

TAT. Dentro del mercado español, los operadores dedicados “exclusivamente” al mismo, como Pullmantur o IberoCruceros, han reducido su oferta. Otros incluso, como Quail, han desaparecido ¿Cómo afectará esta situación a nuestro mercado y a MSC en particular?

Emiliano González. El mercado de cruceros requiere fuertes inversiones financieras, y tiene unos costes que requieren mucha fortaleza económica, de la que algunas compañías no disponen. En la franja Premium se incrementa el número de buques, pero en la más popular, más barata, hay un descenso de la oferta, aunque MSC Cruceros tiene precios tan competitivos como



El buque MSC Divina recién inaugurado

cualquiera. Pero evidentemente la oferta global es España, con una compañía con tres buques fuera del mercado, y las dos más importantes reduciendo su oferta, decrece respecto a 2011 en los tres destinos más importantes: norte de Europa, Mediterráneo y Egeo. Esta situación nos va a beneficiar, ya que una parte de la demanda llegará a MSC Cruceros. MSC quiere dar la vuelta a la visión de que los operadores de base española son más baratos que los de base europea. Si se realiza un análisis de costes globales, incluyendo tasas, propinas, etc esto no es así. En cualquier caso el nicho de mercado representado por los 75.000 pasajeros de que Quail transportó en 2011 está presente y vamos a luchar por ellos.

“Si siguen creciendo las tasas y los impuestos, los barcos se mueven...”

TAT. En el CRUISE SUMMIT MADRID, su compañía fue especialmente crítica con las tasas de los puertos españoles ¿puede afectar esta situación a los itinerarios de su compañía?

Emiliano González. España, como destino, es perfecta para MSC. MSC Crucero es la compañía con más presencia en los puertos españoles. Y queremos seguir. Pero las tasas portuarias en España son muy altas, y además se están creando otros autonómicos, como el que va a entrar en vigor en Cataluña. Si los impuestos suben, y existen más tasas, el beneficio, el revenue desciende. Y las autoridades tienen que entender que los barcos se mueven...

A España llegan turistas por tierra, mar y aire. Los puertos, por Ley, no pueden ser deficitarios. Pero ¿Por qué los puertos no, y los aeropuertos sí? ¿Por qué se subvencionan las operaciones de ciertas aerolíneas para traer turistas a España? Con este esquema de subvenciones cruzadas los puertos salen perdiendo, y están obligados a subir las tasas para mantener la rentabilidad. Es una paradoja difícilmente sostenible.

“La mejor tasa turística es la que no existe”

TAT. ¿Cuál es su opinión sobre la nueva tasa catalana que grava el turismo?

Emiliano González. Si Marian Muro dice que la mejor tasa turística de Europa será la catalana, nosotros decimos que la mejor tasa turística es la que no existe. Es una tasa sin servicio, es un impuesto a las compañías. Sólo tendría lógica si el buque hiciera una escala que incluyera una noche, pero con la redacción actual pagamos lo mismo por seis que por veinticuatro horas. No es una buena noticia para el sector. ACAF ha trasladado a la Generalitat nuestro desacuerdo, pero a partir de noviembre será un hecho. Y vuelvo a repetir, los barcos se mueven, aunque puedo asegurar que MSC Cruceros seguirá en Barcelona hasta la primavera de 2013.

TAT. ¿Qué novedades ofrece MSC Cruceros en este año?

Emiliano González. Sobre todos, tarifas nuevas, manteniendo los mismos precios que en el ejercicio anterior. En lo referente a destinos, la República Dominicana; y la consolidación de la oferta de cruceros de invierno por el Mediterráneo desde Barcelona ¿o desde Valencia? El invierno 2011 ha sido bueno para el mercado español, con tarifas adecuadas para temporada baja.

TAT. ¿Ha afectado el incidente del Costa Concordia a las reservas 2012?

Emiliano González. Evidentemente no fue una buena noticia para el sector, pero es un hecho puntual. MSC Cruceros paró la publicidad en solidaridad con las víctimas y con Costa. Existió una ralentización evidente los diez días posteriores, pero actualmente no hay un impacto mantenido en las reservas. El cliente repetidor, que conoce el estándar de seguridad del sector, no tiene problema alguno en reservar. El cliente nuevo es el más problemático, el que más dudas tiene. En cualquier caso, este hecho no va a poner en duda el futuro del sector de cruceros. La consecuencia debe ser endurecer las normas y criterios de la European Cruise Council y de la CLIA. ☉

Arturo Paniagua

