



Entrevista a Emiliano González,
Presidente de MSC Cruceros

Las agencias de viajes son nuestro principal canal de venta y deben seguir adaptándose a la transformación digital manteniendo su experiencia y el gran valor humano que las caracteriza

¿Nos puede hacer una valoración del funcionamiento de MSC Cruceros durante lo que llevamos de año 2017?

Definitivamente, 2017 está siendo un año muy positivo para MSC Cruceros. Este año ha sido muy especial para la compañía ya que ha estado marcado por el lanzamiento de dos nuevos barcos de última generación: MSC Meraviglia, navegando desde el pasado mes de junio y MSC Seaside, que se inaugurará en diciembre de este año.

Además, nuestra presencia a nivel nacional continúa siendo notable gracias al posicionamiento de 3 de nuestros barcos en puertos españoles: MSC Meraviglia y MSC Orchestra en Barcelona, MSC Splendida en Valencia y MSC Armonia desde Palma, Ibiza y Mahón durante toda la temporada.

¿Podemos hablar de que se ha terminado completamente la crisis?

Afortunadamente parece que el consumo en España se ha ido recuperando; la gente se anima a consumir un poco más y el sector de cruceros está ahora en un momento bastante sano; casi en los niveles de los mejores años. Vamos poco a poco.

¿Cómo afrontan el próximo 2018?

En España, estamos teniendo un magnífico crecimiento y el número de reservas anticipadas que hay hasta el momento así lo demuestra. Además, la fuerte entrada de nuestro nuevo barco MSC Meraviglia, sin duda, respaldan dicho crecimiento. En 2018, inauguraremos un nuevo barco, MSC Seaview, que también tendrá puerto base Barcelona, con lo cual las previsiones son muy positivas.

La situación en el mundo árabe supuso la sustitución de algunas escalas. Está previsto volver a Egipto y otros países de su entorno en breve?

Por ahora no. Por supuesto, seguiremos analizando la situación y en cuanto estos destinos vuelvan a ofrecer la seguridad que requieren las ciudades donde hacemos escala, podremos incorporarlas nuevamente en nuestros itinerarios.

¿Cuáles son las principales novedades de cara al nuevo año?

Sin duda, la inauguración de MSC Seaview es el hito más importante de cara al nuevo año. Se inaugurará en mayo y tendrá puerto base Barcelona para toda la temporada.

Como sponsor de la cumbre, ¿qué importancia le otorga a la misma?

Para nosotros es una cumbre muy importante ya que consideramos que es una cita anual obligada de los referentes del sector de viajes, tanto nacionales como internacionales. Es una oportunidad única para poner en común nuestra experiencia y puntos de vista de la actualidad del sector.

¿Qué opina respecto al hecho que la sede sea Valencia?

Realmente haber escogido Valencia ha sido un acierto pues la ciudad es una de las protagonistas indiscutibles del sector turístico en general y de cruceros en particular. Sin duda, representa un puerto privilegiado de embarque y desembarque para el cliente español de MSC Cruceros,



“Para MSC Cruceros, las agencias son nuestro principal canal de venta y unos partners muy importantes para nosotros.”

con excelentes comunicaciones desde todo el territorio nacional y es claramente una puerta hacia el Mediterráneo así como uno de los destinos principales de los barcos de MSC Cruceros. Desde 2005, año en el que la compañía empezó a operar en el puerto de la capital valenciana, MSC cruceros ha reforzado notablemente su presencia, ya que inicialmente contaba solo con 3 escalas y un tránsito de 2.430 pasajeros frente a las 34 escalas que tendrá durante 2017.

¿Hasta qué punto la presencia de agencias de todo el mundo les sirve para el desarrollo de su negocio?

La presencia internacional nos ayuda a generar sinergias entre países ya que nosotros somos una empresa global con sede en diferentes partes del mundo. Su experiencia y conocimiento del producto aportan diferentes puntos de vista que ayudan a todos a avanzar y mejorar.

¿Cuál es el volumen de negocio de MSC en Levante respecto al resto de España?

El peso de la venta de Levante en MSC Cruceros supone un 16.85% del volumen total.

¿Puede anunciar nuevas escalas?

En 2019 tendremos una escala en nuestra isla privada MSC Ocean Cay Reserva marítima. Para ello, actualmente estamos convirtiendo la Reserva Marina MSC Ocean Cay de un sitio industrial de

excavación de arena en una reserva marina única en su tipo y restaurándola a su estado original. Para ello, hemos estado trabajando conjuntamente con expertos medioambientales, especialistas en conservación de arrecifes de coral, científicos marinos y agencias gubernamentales ambientales, para asegurar que la isla vuelva a ser una próspera reserva marina poblada por miles de árboles, plantas y flores nativas caribeñas.

Además, como consecuencia de los recientes y trágicos acontecimientos climáticos que han afectado a distintas poblaciones y destinos concretos del Caribe, MSC Cruceros ha incorporado nuevas escalas en sus itinerarios por la región. Entre ellos destacan: Oranjestad (Aruba), Willemstad (Curazao) y Saint John (Antigua y Barbuda).

¿Siguen apostando por las agencias de viajes?

Por supuesto, y así seguirá siendo. Para MSC Cruceros, las agencias son nuestro principal canal de venta y unos partners muy importantes para nosotros. Esta es, además, una de las razones por las cuales apoyamos la **IV Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes**.

¿Qué le recomendaría a las agencias de viajes a la hora de afrontar su futuro?

Hoy en día, no podemos entender el futuro sin una transformación digital. Mi recomendación es que continúen adaptándose a la demanda digital del mercado; siempre manteniendo la experiencia y el gran valor humano que es, sin ninguna duda, lo que caracteriza a las agencias de viajes y les hace imprescindibles a la hora de decidir un viaje.

¿Nos puede hacer una valoración de las acciones realizadas por la CEAV?

Valoramos muy positivamente las acciones realizadas por CEAV porque son capaces de transmitir el valor añadido que aportan las agencias a los viajeros en la actualidad; en calidad, seguridad y costes, además de difundir un nuevo concepto de la agencia de viajes entre los diferentes públicos.

Así mismo, sus Workshops y jornadas técnicas son una herramienta de trabajo y estudio para los agentes de viajes cuyo beneficio repercute en todo el sector turístico.