



# MANUEL BUITRÓN

nos ofrece una visión del turismo a través de los cruceros fluviales

*El presidente y director general de Politours, Manuel Buitrón, que también es presidente de la Asociación de Mayoristas de Viajes Españolas (AMAVE), nos ha contestado a las siguientes preguntas como uno de los más veteranos y experto en mayoristas en el sector.*



***Politours lleva quince años en los ríos rusos y ocho en el Rin ¿Cómo ha evolucionado el producto en ese tiempo?***

La aportación fundamental de Politours River Cruises es que fuimos pioneros en comercializar en España y en diversos países hispanos parlantes un producto que ya llevaba 30 años funcionando en varios ríos europeos. Este tipo de viaje se ha ido popularizando poco a poco a base del boca a boca y de la satisfacción completa del cliente, pero desgraciadamente sigue sien-

do un formato de viaje desconocido entre los agentes de viaje que muchas veces confunden con un crucero marítimo, mal informando al cliente final.

Actualmente Politours Rivers Cruises fleta en exclusiva barcos propiedad de una naviera suiza. A diferencia de otras navieras europeas con las que trabajan la competencia y que ofrecen a los clientes comidas servidas, con un menú limitado y fijo, Politours ofrece en almuerzos y cenas un variado y completo buffet, para que cada persona pueda servirse lo que guste en variedad y en cantidad.

**Somos pioneros en la comercialización de crucero fluviales en el mercado español**

**Politours es líder en Cruceros Fluviales en el mercado español ¿Nos podría indicar el número de pasajeros que disfrutaron de un Crucero Fluvial Politours en 2011? ¿Qué cuota de mercado tiene Politours?**

El volumen en esta última temporada 2011 supera los 10.000 pasajeros, pero teniendo en cuenta que nuestras embarcaciones tienen solo una capacidad de 120/150 personas en Europa y 200 aproximadamente en Rusia dan una idea del esfuerzo comercial y operativo que debemos realizar. En cuanto a la cuota de mercado que operamos esta supera el 65%, y como es lógico pretendemos mantener e incluso crecer pero sin prescindir jamás de nuestra máxima calidad de servicio, esa tentación se la dejamos a otro.

**¿Qué diferencia a Politours de la competencia?**

Politours River Cruises tiene perfeccionado todos sus horarios y actividades a bordo con la idea de amoldarlo a las costumbres españolas y desde luego en nuestros cruceros, las rutas están diseñadas con el objetivo de no repetir nunca el mismo trayecto durante el período de viaje del cliente. Por ejemplo en el Danubio se embarca en Linz (ciudad de gran interés turístico/histórico) llegando pausadamente hasta Budapest y el siguiente viaje se iniciara en Budapest terminando en Linz, con ello y de una manera pausada podemos permitirnos el lujo de visitas más largas, completas y tranquilas en los puntos de mayor interés. También debemos señalar que nuestra competencia en España contrata simplemente 15/20 cabinas en esos cruceros Arosa/Viking/Nicko y por tanto el cliente español que



viaja en esas condiciones se puede llegar a sentir una "minoría" teniendo que aceptar unas condiciones de viaje y costumbres ajenas a ellos... megafonía a bordo en alemán o inglés, amenización nocturna en un idioma distinto al suyo etc.

**El catalogo de Politours 2012 significa una apuesta por los barcos mas grandes, y en algún caso, mas lujosos, en los rios de Europa Central ¿Por qué potencia este destino este año?**

Es cierto que en la Europa civilizada (Rin/Danubio) empezamos con Cruceros de **3 anclas**, ahora después de años de dar un magnifico producto nos permitimos contar con Cruceros **4 anclas** como los Swiss Crystal y Swiss Diamond, incluso presumimos de flotar el primer Crucero **5 anclas** en el Rin, que es el Swiss Crown, con 3 cubiertas. Y lo que queremos es mejorar cada día, el servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

**En otro destino estrella como Rusia, también Politours crece operando un buque en exclusiva ¿está el mercado español preparado para esta oferta, o cuentan con otros emisores para absorberla?**

En Rusia para el 2012 contamos en exclusiva para el mercado español con 2 cruceros, Anton Chejov **3 anclas Sup.**, y con el ya conocido Zosima Shashkov de **3 anclas**; ambos con equipo hispano bilingüe a bordo. Nos está costando, pero no necesitamos de ningún otro T.O. que nos ayude, por el contrario tanto estos barcos como los anteriores mencionados los estamos promocionando en Sudamérica; y ofrecer productos exclusivos hispanos tiene su clientela y sus ventajas.

**¿Cuál es el destino de cruceros fluviales con más potencial de crecimiento?**

En Cruceros Fluviales el crecimiento tiene que ser en calidad de servicios, en rutas europeas bien diseñadas. El concepto de pequeños hoteles boutique flotantes, que nos otorgan, es acertado; sepamos mantener su glamorosa privacidad. Las pequeñas dimensiones lo hacen todo más exclusivo, mantenemos ese carácter, y añadamos clientela selecta. Eso sí que son vacaciones entrañables para recordar. Surcar los bellos ríos europeos, cuencas de viejas civilizaciones, es una delicia, pero el aumento de tamaño sería ignorar el calado de los mismos, así como galibo de sus puentes de piedra centenaria.

**Los buques de pasaje fluviales, con otro tamaño, tratan de emular ciertos aspectos de los cruceros marítimos: camarotes con balcón, spa, varios restaurantes, etc. ¿cual será la evolución del buque fluvial de cruceros en el futuro?**

Como ya le he comentado los ríos limitan los tamaños de los barcos. En los ríos, excepto en el Volga, las etapas son muy cortas por lo que en mi opinión esos aspecto no son ni posibles, ni necesarias. Las cabinas "French balcony" lo único que hacen es quitar espacio a las ya reducidas dimensiones de las mismas; Restaurantes: no caben; spas?... Los mares son ilimitados, los ríos son limitados y consecuentemente los cruceros fluviales también lo son.

En mi opinión comparando ambos, cosa que no se debe hacer, la única desventaja es esta en el tamaño de las cabinas; todo lo demás son claras ventajas para el viajero exigente y algo selecto. ☺

**Arturo Paniagua**

