

EL *BLEISURE* SE LANZA AL AGUA

El glamur de surcar los mares, la posibilidad de visitar diferentes destinos en un solo viaje y vivir experiencias inolvidables, una oferta de ocio cada vez más espectacular... son atractivos que complementan a la perfección una sesión de trabajo y explican la creciente popularidad de las convenciones en cruceros.

Por **Cristina Cunchillos**

La industria de cruceros es una de las historias de éxito de la última década, con un crecimiento que parece imparable. Según los últimos datos de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA, por sus siglas en inglés), el número de cruceristas en 2019 alcanzó los 30 millones, en progresivo aumento desde los 17,8 millones registrados hace diez años. Se prevé que este año llegará a los 32 millones y que en 2028 la cifra será de 40. Sin duda, es un sector que va viento en popa.

Para atender a la creciente demanda, las navieras siguen incorporando nuevos buques, más grandes, más lujosos, con más tecnología y una oferta más variada de destinos y entretenimiento a bordo... También más sostenibles. Este año está previsto que la flota mundial de cruceros ascienda a 278 barcos, con 19 nuevas incorporaciones.

Y no se trata solo de vacaciones en el mar. El sector de cruceros gana también cada vez más adeptos entre el mercado corporativo.

Convenciones a bordo

Celebrar una convención o evento en un crucero puede conllevar ventajas para los organizadores:

- **Ahorro:** se estima que pueden ahorrar hasta un 30 % si se compara con el coste de celebrar la misma operación en un hotel ya que, entre otros, se evita el transporte de asistentes.
- **Tecnología puntera:** los equipos audiovisuales suelen estar incluidos en las salas de los buques. Además, las navieras invierten cada vez más en la tecnología más avanzada.
- **Servicio a bordo:** no es necesario contratar personal. Los barcos cuentan con equipos con experiencia a la hora de

atender a miles de pasajeros. En sus cocinas están acostumbrados a preparar menús para multitudes, sin demoras o pérdida de calidad.

- **Entretenimiento:** las distintas opciones están incluidas en el crucero.

- **Mayor control:** una vez el grupo de participantes ha embarcado, no habrá sorpresas de última hora ni fluctuaciones en el número de asistentes.

Combinar las sesiones de trabajo con desembarcar para visitar diferentes destinos sin tener que hacer y deshacer las maletas o disfrutar de la oferta de ocio a bordo hacen que una convención en alta mar o recorriendo un río sea *bleisure* garantizado.

De salas de juntas a chárter de navíos

El interés de los *meeting planners* ha llevado a las compañías navieras a considerar cada vez más a estos grupos. Las principales empresas cuentan con divisiones especializadas. Salvo en los barcos más pequeños, es frecuente encontrar salas de juntas y centros de convenciones a bordo.

Además, los barcos cuentan con grandes teatros, salas de conciertos, restaurantes, bares y espacios en cubierta que se pueden reservar para eventos privados, presentaciones o cenas de gala con más de 1.000 asistentes. Junto con el espacio, se pone a disposición de las empresas el entretenimiento, espectaculares efectos audiovisuales y menús *gourmet*.

Se puede ir más allá y reservar una zona completa del buque, especialmente interesante en los navíos más grandes. Royal Caribbean permite reservar uno de sus "Barrios" a bordo para grupos de hasta 1.500 personas. Reservar el barco entero en exclusividad también es algo que ofrecen la mayoría de las principales compañías de cruceros. El chárter del navío ofrece más flexibilidad a los organizadores, que pueden personalizar el barco a gusto del cliente, adaptando incluso el itinerario, o elegir las fechas.

Tendencias en cruceros

La oferta de cruceros se renueva constantemente, no solo para satisfacer la creciente demanda con más barcos, también adaptándose a los gustos de las nuevas generaciones. La preocupación por el medioambiente o una vida sana, así como la búsqueda de experiencias locales auténticas, se tienen cada vez más en cuenta también a bordo.

1. Mega-cruceros

La batalla por ofrecer cruceros en buques de cada vez mayor envergadura parece no tener fin. Royal Caribbean ostenta la corona actualmente con su *Symphony of the Seas*, lanzado en 2018. Las cifras lo dicen todo: 362 metros de eslora, 2.775 camarotes, 20 restaurantes, 42 bares, tirolina y hasta una pista de



hielo. El gran tamaño se aplica también a las instalaciones disponibles para eventos. El Royal Theatre tiene capacidad para 1.411 delegados.

La naviera italo-suiza MSC Cruises está construyendo dos embarcaciones que superarán los 6.700 pasajeros. La primera de ellas, *MSC Europa*, entrará en servicio en 2022, y una segunda nave se sumará en 2024. Aunque de un tamaño aún ligeramente inferior al *Symphony of the Seas*, serán los barcos más grandes operados por una naviera europea.

Carnival Cruise Line, por su parte, estrenará en noviembre de este año el buque *Mardi Gras*, con capacidad para 6.630 pasajeros. No obstante, todos quedarán pequeños en 2021 ante

Combinar las sesiones de trabajo con desembarcar para visitar diferentes destinos sin tener que hacer maletas o disfrutar de la oferta a bordo hacen que una convención en un barco sea *bleisure* garantizado



el Global Dream, propiedad de Genting Hong Kong, el grupo que opera Crystal Cruises, Star Cruises y Dream Cruises. Tendrá capacidad para nada menos que 9.000 pasajeros.

2. Cruceros de lujo

En paralelo aumenta la oferta de navíos más íntimos y, sobre todo, más exclusivos. Se trata en realidad de grandes yates de lujo como la nueva colección de Ritz-Carlton: Yacht Collection; que debutará este año con Evrima, un barco con capacidad para 298 pasajeros, en un crucero por Europa.

En paralelo a los grandes barcos aumenta la oferta de navíos más íntimos y más exclusivos, como los de la Yacht Collection de Ritz-Carlton, que debuta este año con un crucero por Europa

El magnate Richard Branson aspira a revolucionar el sector de cruceros y atraer al público *millennial* con Scarlet Lady de Virgin Voyages, cuyo estreno está previsto este año. En forma de gran yate de lujo con capacidad para 2.770 pasajeros, ofrecerá gastronomía saludable y propuestas de *wellness*. En lugar de los clásicos espectáculos nacidos en Broadway, el entretenimiento incluirá reconocidos DJs, conciertos, modernas producciones teatrales y circenses o partidos nocturnos de *dodgeball*.

También en los grandes buques aumenta la oferta de lujo, con *suites* cada vez más grandes. El nuevo Mardi Gras de Carnival tendrá toda un área exclusiva para sus cabinas Excel, con piscina, bar y cabañas privados. Cada vez más compañías ofrecen servicios VIP como embarque y desembarque prioritarios, transporte de equipaje o acceso especial a las atracciones.

3. Cruceros de expedición

El ansia de vivir experiencias únicas en los entornos naturales más bellos ha hecho que aumente el interés por los llamados cruceros de expedición. En ellos el mayor atractivo recae en las excursiones, generalmente a destinos de difícil acceso, donde disfrutar de la naturaleza en su estado más puro. Es el caso de los fiordos noruegos, las Islas Galápagos o la Antártida.

Generalmente en barcos más pequeños, permiten una experiencia más íntima y el efecto *wow!* está garantizado.



Compañías bien establecidas en este mercado nicho, como Hurtigruten o Lindblad, han ampliado su flota este año. El MS Fridtjof Nansen es el segundo buque híbrido de la flota de Hurtigruten, lo que le permite ahorrar un 20 % de combustible y navegar al 100 % con energía eléctrica durante 30 minutos, en absoluto silencio, algo que apreciarán los pasajeros de sus expediciones por la Antártida, disponibles también en español. Lindblad Expeditions por su parte lanzará su nuevo National Geographic Endurance para expediciones en los polos para 126 pasajeros.

La aventura se combina cada vez más con el lujo, como demuestra Silversea con Silver Origin, su nuevo navío con capacidad para 100 pasajeros que realizará este año su crucero inaugural por las Islas Galápagos. Crystal Cruises se embarca también en este sector con su Crystal Endeavor, con la cocina del reconocido cocinero Nobu Matsuhisa, *spa* y el primer casino en el mercado de expediciones. Los 200 pasajeros podrán desplazarse en helicóptero o en submarino para explorar las regiones polares.

4. Aventura a bordo

En los buques más grandes la aventura está a bordo, con una oferta de actividades cada vez más extremas, ideales para los programas de *teambuilding*. Royal Caribbean, por ejemplo, ofrece simuladores de surf, experiencias de paracaidismo, tirolesa, patinaje sobre hielo, juegos de láser o *escape rooms*. NCL (Norwegian Cruise Line) reta a los más atrevidos a caminar sobre un tablón de apenas 15 centímetros de anchura suspendido a 50 metros de altura sobre el mar en su navío Getaway,

además de ofrecer circuitos de *karting*, boleras y muros de escalada. El Mardi Gras de Carnival contará con la primera montaña rusa a bordo. Para quienes incluyan actividades menos extremas, la mayoría de los buques cuenta con instalaciones deportivas en las que organizar pequeños torneos de fútbol, tenis, voleibol o baloncesto.

5. Últimas tecnologías

Tradicionalmente la conexión *Wi-Fi* a bordo de los barcos no era muy fiable al depender de satélites, además de cara. Las empresas navieras han invertido considerablemente en

Los 200 pasajeros del navío Crystal Endeavor podrán disfrutar a bordo de la cocina del *chef* Nobu Matsuhisa y desplazarse en helicóptero o submarino durante las excursiones para explorar las regiones polares



instalaciones de banda ancha y mejores servicios satelitales, por lo que es posible navegar por la red prácticamente como en la oficina. Royal Caribbean proclama ofrecer la conexión más rápida en el mar, hasta seis veces más que otros cruceros, con su servicio Voom.

La tecnología biométrica también ha llegado a bordo de los cruceros. En el Celebrity Edge, el nuevo buque de Celebrity Cruises, los pasajeros ya pueden identificarse a través de reconocimiento facial. Un informe de la consultora The Future

A bordo del Celebrity Edge, considerado uno de los buques más avanzados, los pasajeros se identifican por reconocimiento facial y regulan luz y temperatura en la pantalla de su habitación

Laboratory predice que esto será práctica común en los cruceros en diez años. MSC lo está poniendo a prueba también en sus nuevos barcos.

Ese no es el único adelanto a bordo del Celebrity Edge, considerado uno de los buques más avanzados tecnológicamente. Sus camarotes cuentan con pantallas táctiles que regulan la luz o la temperatura, mientras que las reservas del restaurante se hacen a través de un asistente virtual.

NCL apuesta por la realidad virtual en su oferta de ocio y MSC ofrece un asistente de voz -Zoe- que, al igual que Alexa de Amazon, atiende a las consultas y peticiones de los pasajeros. También ofrece pulseras con tecnología inalámbrica de corto alcance (NFC) con las que se pueden hacer pagos a bordo.

La tecnología también permite una mayor personalización, como demuestra el Ocean Medallion de Princess Cruises. Se trata de un pequeño medallón del tamaño de una moneda que da acceso a la identidad digital del pasajero. Sensores en todo el barco permiten por ejemplo abrir la puerta del camarote conforme se acerca o informar al servicio de limpieza cuando ha salido. También se puede utilizar para hacer compras a bordo y, si se solicita por adelantado a través de la *app*, embarcar directamente sin necesidad de hacer cola para el *check-in*. Para divertirse, los usuarios pueden incluso crear su propio avatar y participar en juegos digitales.



6. Bienestar a bordo

La creciente preocupación por la salud y el bienestar se ve reflejada en la oferta gastronómica, con menús más variados y saludables, además de espacios y oportunidades para la relajación o la práctica de ejercicio. Pullmantur, por ejemplo, acaba de lanzar su primer crucero *wellness* a bordo del buque Sovereign, con actividades impartidas por profesionales del bienestar incluyendo sesiones de yoga, entrenamiento funcional y talleres de alimentación.

Esta tendencia se extiende también a los cruceros de expedición. Silversea ofrece su línea Wellness Expedition con sesiones de yoga, pilates y aeróbic acuático, además de tratamientos de *spa* y menús saludables con el asesoramiento de expertos en nutrición.

Celebrity Cruises ofrece Mindful Dreams, un programa de relajación con tratamientos de *spa* y conferencias de expertos en técnicas de meditación para alcanzar un sueño profundo. MSC lanzó un programa de Weight Watchers para controlar el peso a bordo en su buque MSC Divina, con seminarios sobre bienestar mental y físico, clases de cocina saludable y ejercicios cardiovasculares con los equipos de Technogym.

7. Cruceros sostenibles

A finales del año pasado, Costa Cruceros dio la bienvenida al Costa Smeralda, su nuevo buque insignia propulsado con gas natural licuado (GNL). En mayo, P&O lanzará su primer barco impulsado con GNL y se estima que en el 2025 habrá 25 buques surcando los mares con este combustible.

Prácticamente todas las compañías han retirado el uso de pajitas de plástico en los barcos y la mayoría están buscando activamente formas de eliminar el plástico de un solo uso a bordo (NCL ya lo ha conseguido).

En enero, MSC Cruceros se convirtió en la primera gran compañía en lograr operaciones marítimas neutras en carbono, compensando todas las emisiones de CO2 de su flota con diferentes proyectos. La compañía también ha abierto un centro de investigación marina en su isla privada en las Bahamas, con el fin de fomentar la protección de los arrecifes de coral.

A finales de 2019 Costa Cruceros dio la bienvenida al Costa Smeralda, un barco propulsado con gas natural licuado. Se estima que en 2025 habrá 25 navíos surcando los mares con este combustible

Cruceros fluviales

No solo se trata de surcar los mares. Los cruceros fluviales están registrando igualmente una demanda creciente para la celebración a bordo de convenciones y viajes de incentivo. Es una opción más íntima, ya que suele tratarse de barcos más pequeños por las limitaciones que imponen el tamaño y profundidad de los ríos o las esclusas que deban atravesar. Aunque no suelen contar con la variedad de espectáculos y actividades de ocio a bordo de los buques transoceánicos, los delegados pueden combinar las sesiones de trabajo con excursiones y disfrutar de las vistas durante el trayecto.

También en los cruceros fluviales se observan tendencias similares a las que se perciben en alta mar. Este año se espera el lanzamiento de varios nuevos barcos, como el S.S. La Venezia de Uniworld Boutique River Cruise Collection, que llevará a 134 pasajeros por el río Po en Italia, o el Viking Osiris para cruceros por el Nilo con 82 pasajeros.

Uniworld intenta captar a la generación de *millennials* con U by Uniworld, con dos barcos de diseño moderno y claro enfoque en experiencias auténticas en los destinos que se

visitan, con actividades como *kayak* en el río o sesiones de yoga a bordo. Para los viajeros que quieren mantenerse en forma se ofrecen visitas y excursiones en bicicleta.

Avalon Waterways apuesta por cruceros más dinámicos a través de sus itinerarios Active & Discovery, con *tours* de senderismo, *jogging*, *kayak* y programas de ejercicios a bordo.

Cada vez más barcos fluviales cuentan también con *spa* a bordo. Scenic Luxury Cruises, por ejemplo, ofrece tratamientos de haloterapia para recuperar el sistema inmunológico, curar problemas respiratorios y mejorar la salud cutánea en su Lounge de la Terapia de Sal.

En definitiva, tanto en ríos como en alta mar, la oferta de los cruceros es cada vez más completa y atractiva para grupos profesionales. Aunque inicialmente concebida para un público vacacional, las continuas innovaciones también resultan atractivas para los grupos en convención o incentivo. La experiencia a bordo puede ser un diferencial que deje una huella imborrable en comparación a la que puede dejar cualquier otra operación en tierra firme.

ENTREVISTA



Adam Coulter

Editor de Cruise Critic (Reino Unido)

“No todos han ido a un crucero y es una experiencia única”

¿Qué tendencias destacaría en el sector de los cruceros?

Los cruceros son cada vez más sostenibles y la masificación turística ha llevado a muchas compañías a trabajar con los destinos para distribuir mejor las horas de llegada. Este es también el año de los cruceros de expediciones, con un gran número de nuevos barcos y empresas como Viking y Seabourn entrando en el mercado por primera vez. También está mejorando la oferta de lujo, con espacios exclusivos solo accesibles con tarjeta del tipo de terrazas, bares y restaurantes privados. Finalmente, crecen los cruceros temáticos, sobre todo en Europa, donde los cruceros musicales son particularmente demandados.

¿Cómo ha evolucionado la oferta de las compañías de cruceros para grupos MICE?

Los cruceros continúan innovando y ofreciendo experiencias extraordinarias, como *go-karting*, *laser tag*, simuladores, experiencias de realidad virtual... ideales para programas de *teambuilding*. Los cruceros más grandes tienen espacios dedicados a reuniones con la última tecnología audiovisual, además de ofrecer sus teatros. La velocidad de la conexión *Wi-Fi* ahora es tan buena como en los hoteles en tierra. Además, permiten incorporar excursiones y experiencias únicas a los programas.

¿Qué ventajas tiene celebrar una convención o evento en un crucero ante un *venue* en tierra firme?

Veo principalmente tres ventajas. Ante todo, la novedad. Todo el mundo ha participado en una conferencia en un hotel pero no todos han ido de crucero y es una experiencia única. En segundo lugar, el hecho de que el público no pueda “escapar” supone una gran ventaja para el organizador. Al contrario de un hotel en una ciudad, los delegados no pueden desaparecer durante la convención para irse a algún centro comercial, bar o restaurante cercano. Y, además de las opciones de restauración que están a mano y son variadas, los delegados pueden asistir a espectáculos de primera categoría en el teatro y sin tener que añadir el coste del transporte. Todo está a bordo.