



¿Quieres saber cuáles serán las grandes tendencias en viajes de crucero para este año?

- La Asociación Internacional de Líneas de Crucero (CLIA) da a conocer a través de su [Informe sobre el Estado de la Industria 2019](#) las tendencias en viajes de crucero para este año.
- La difusión de las experiencias a través de las redes sociales y los viajes gastronómicos serán las principales tendencias de viajes de crucero en el próximo año.

Madrid 22 de febrero de 2019-

Tendencias de viaje en Crucero para 2019

1. Cruceros Instagram: Los mensajes de Instagram suscitan interés para viajar alrededor del mundo, tanto que, en un día normal, puede haber cerca de 351 millones de mensajes con la etiqueta #travel. Conectados desde el barco, los pasajeros de cruceros alimentan su Instagram con diversas experiencias de viaje tanto a bordo como en tierra y desde varios destinos de cruceros.

2. Relax total: Estresados por sus aceleradas vidas, los viajeros buscan formas de escapar de sus responsabilidades diarias y alejarse del estrés diario. Las líneas de cruceros responden ofreciendo un bienestar total en forma de experiencias en el spa, barras de oxígeno a bordo, opciones de menú saludables para una amplia variedad de dietas y lo último en innovaciones en fitness.

3. Experiencias: Los viajes experienciales se han convertido en un objetivo en sí mismo, ya que los cruceristas buscan la inmersión total en experiencias culturales más allá de las visitas turísticas. Las listas de lugares que visitar se están convirtiendo en objetivos vitales que cumplir y las líneas de cruceros están orientadas una demanda de obtención de “logros”. Desde la conquista de Machu Pichu a la obtención de un diploma del Cordon Bleu...

4. A bordo con lo último en Smart Tech: Las líneas de cruceros han adoptado tecnología portátil para sus pasajeros, desde llaveros a collares o brazaletes para brindar una experiencia de viaje altamente personalizada, tanto dentro como fuera del barco.

5. Viajeros Mindful: Los viajeros quieren ver el mundo de una manera consciente. La industria de los cruceros está más comprometida que nunca, trabaja con las comunidades locales para preservar su patrimonio e implementando innovaciones que disminuyen la huella ambiental de los viajes en crucero. La industria también está trabajando con destinos para llevar los beneficios del turismo a las economías locales y al mismo tiempo preservar las culturas, las referencias y los entornos locales.

6. Nuevos destinos accesibles: Los viajeros se fijan ahora en destinos que hasta hace muy poco estaban fuera de su alcance, algunos de los cuales solo se puede acceder en un crucero. Quieren estar entre los primeros en experimentar destinos como las Islas Galápagos y la Antártida.

7. La Generación Z se sube a bordo: la Generación Z se convertirá en la mayor generación de consumidores en los próximos dos años, superando incluso a los Millennials. Al igual que la generación anterior, este grupo de edad prefiere las experiencias auténticas sobre los elementos materiales y es una apasionada de los viajes. El atractivo de múltiples destinos y experiencias únicas, como los festivales de música en el mar, está ayudando a atraer a esta nueva generación de cruceristas.

8 Cruceros en temporada baja: la temporada baja está aumentando en popularidad, ya sea porque los viajeros busquen escapar del frío en un lugar tropical o abandonarse al descanso en un nuevo destino. Los viajes en crucero ofrecen algunas experiencias únicas para los meses más fríos: excursiones para ver la aurora boreal, visitar una colonia de pingüinos o un recorrido por los mercados navideños europeos.

9. Trabajadores nómadas: la combinación de trabajo con tiempo libre va en aumento. Muchos viajeros modernos o "nómadas digitales" están optando por viajes donde pueden trabajar de forma remota. Gracias al WIFI y los dispositivos portátiles, los viajeros pueden seguir trabajando mientras disfrutan de unas vacaciones a bordo de un crucero.

10. Las mujeres, las protagonistas: a medida que aumenta el número de viajeras, muchas empresas de turismo y viajes están creando itinerarios con la mujer como protagonista, basados en sus intereses y conectando a mujeres con otras mujeres. Estos cruceros ayudan a la creación de una comunidad de empoderamiento femenino al tiempo que permiten a las viajeras experimentar el mundo que las rodea, así como visitar famosos monumentos feministas.

11. Viajes en solitario: Con más búsquedas en Google de "viajes en solitario" que nunca, viajar solo es una opción que gana en popularidad. El crucero permite viajar en solitario sin la preocupación de organizar los detalles y visitando incluso los destinos de mayor alcance, conectando con otros viajeros, generando lazos con otras comunidades y experimentando sensaciones únicas en la vida.

Estado de la Industria de Cruceros según los números

Durante 2019 la industria de cruceros continuará creciendo hasta alcanzar los 30 millones de viajeros, un 6% más que los 28.2 millones de pasajeros que viajaron a bordo de un crucero en 2018. El próximo año, las líneas de crucero de CLIA ordenarán la construcción de 18 nuevos barcos, un total de 272 cruceros de las líneas miembros de CLIA estarán en operación en junio de 2019. La industria de cruceros continúa teniendo un impacto positivo en las comunidades de todo el mundo al mantener 1,108,676 empleos equivalentes a 45,6 mil millones de dólares en sueldos.

Para más información visita:

<https://cruising.org/news-and-research/research/2018/december/2019-state-of-the-industry>.

Contacto:

Ana Dávila

adavila@cruising.org

+34 91 546 35 40

+34 689 16 72 77

Acerca de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) – Una Industria, Una Voz

La Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) es la principal autoridad y voz de la comunidad global de cruceros. Con 15 oficinas a nivel global y representación en América del Norte y del Sur, Europa, Asia y Australasia, CLIA es la mayor asociación de la industria de cruceros. El objetivo de CLIA es apoyar las políticas y prácticas que fomenten un entorno seguro y sostenible para los más de 26,8 millones de pasajeros que viajan en este medio anualmente, así como promover la experiencia de viajar en crucero. Los miembros de CLIA, entre los que se incluyen las compañías de cruceros marítimas, fluviales y especializadas más prestigiosas del mundo, están comprometidos con el éxito sostenible de la industria del crucero. También forman parte de CLIA una comunidad de agentes de viaje altamente preparada y certificada y otros socios de la industria del crucero, incluyendo puertos, destinos, promotores de buques, proveedores, servicios a empresas y operadores de viajes. La misión de CLIA es ser una organización que unifique y ayude a sus miembros a lograr sus objetivos, educando y promoviendo los intereses comunes de la comunidad de cruceros. Para más información, visita www.cruising.org. Asimismo, se pueden conocer todas las novedades de CLIA a través de sus perfiles en [Facebook](#) y [Twitter](#)