

**El turismo alemán de cruceros en las Islas Canarias:
análisis y factores clave para su fomento y gestión**
**German cruise tourism in the Canary Islands: analysis and key
factors for its promotion and management**

Autores:

**Martina Leone Morgan
Carlos Daniel Blanco Ventura**

Tutora: Elia Hernández Socas

**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO**

**Curso académico: 2023/2024
Convocatoria de junio
San Cristóbal de La Laguna**

RESUMEN

El turismo de cruceros se ha convertido en una de las elecciones más populares por parte de los turistas alemanes (Statista, 2023). Las Islas Canarias se presentan como un posible destino turístico de gran interés para ellos (Hosteltur, 2023). El turismo de cruceros es un tipo de turismo que, con el paso del tiempo, continúa evolucionando y, hoy en día, el perfil del crucerista está cambiando con respecto a otros años (García, J., 2024). El objetivo principal de este trabajo es analizar el turismo de cruceros por parte del mercado alemán en las Islas Canarias. Para ello se investigará sobre el alcance y potencial que tiene el turismo de cruceros, al igual que sus tendencias e impacto sobre la sociedad, con el fin de establecer propuestas para mejorar su oferta y gestión en el futuro.

PALABRAS CLAVE

Turismo de cruceros, Alemania, crecimiento, Islas Canarias, estrategias.

ABSTRACT

Cruise tourism has become one of the most popular choices among German tourists (Statista, 2023). The Canary Islands are emerging as a potential tourist destination of great interest for them (Hosteltur, 2023). Cruise tourism is a type of tourism that continues to evolve over time, and today the profile of the cruise passenger is changing compared to previous years (García, J., 2024). The main objective of this work is to analyse cruise tourism from the German market in the Canary Islands. To achieve this, the reach and potential of cruise tourism will be investigated, along with its trends and impacts on society, with the aim of establishing proposals to improve its offer and management in the future.

KEYWORDS

Cruise tourism, Germany, growth, Canary Islands, strategies.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. TURISMO DE CRUCEROS	4
2.1. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN	4
2.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN	5
2.3. IMPORTANCIA.....	7
3. TURISMO DE CRUCEROS EN LAS ISLAS CANARIAS.....	10
3.1. PANORAMA GENERAL Y OFERTA EN LA ACTUALIDAD	10
3.2. PERFIL DEL CRUCERISTA Y SUS PREFERENCIAS	13
3.3. ELECCIÓN DEL TIPO DE VIAJE Y DEL DESTINO	16
3.4. TURISMO ALEMÁN DE CRUCEROS EN LAS ISLAS CANARIAS.....	17
4. IMPACTO	21
4.1. SOSTENIBILIDAD.....	21
4.2. IMPACTO.....	22
5. FACTORES CLAVES PARA SU FOMENTO Y GESTIÓN	24
5.1. DESAFÍOS ACTUALES Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO	24
5.2. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS COMPETIDORES	26
5.3. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS A IMPLANTAR PARA LA VISIBILIDAD DEL MERCADO.....	28
5.4. ESTRATEGIAS SOSTENIBLES.....	29
6. CONCLUSIONES	32
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33

1. INTRODUCCIÓN

Como es bien conocido, el turismo desempeña un papel fundamental en el crecimiento y desarrollo socioeconómico de muchos países en el mundo (véase, por ejemplo, ONU Turismo, 2023). Es uno de los sectores más significativos e importantes a nivel mundial y, en particular en las Islas Canarias, este sector constituye una de las principales fuentes de ingresos (Rodríguez, J., 2023). A su vez, este sector potencia la actividad de otros sectores económicos como la agricultura, el comercio, la pesca y el transporte, entre otros. Asimismo, genera empleo para la población local y favorece el intercambio cultural entre residentes y visitantes.

La Organización Mundial del Turismo (de ahora en adelante OMT) estima que la actividad turística constituye el 9% del Producto Interno Bruto (PIB) global, un porcentaje que refleja el impacto que tiene el turismo a nivel mundial (Mikue, A., 2023)

En los últimos años, según el Instituto Canario de Estadística (de ahora en adelante ISTAC) el sector turístico en Canarias ha experimentado un crecimiento significativo, atrayendo a millones de visitantes anualmente (ISTAC 1, 2024). De hecho, es tal la importancia de este sector que, según datos del Gobierno de Canarias, ha llegado a representar en 2022 el 35,5% del PIB regional con 16.961 millones de euros. Según informa el propio gobierno, Canarias lideró la recuperación turística nacional ese año (Gobierno de Canarias, 2023a).

Sin embargo, adentrándonos en el mundo del turismo y sus múltiples tipologías, una forma de viajar que ha experimentado un crecimiento notable en las últimas décadas es el turismo de cruceros, atrayendo a millones de viajeros cada año (Growth, Cruise Market Watch, 2024).

Los cruceros se han convertido en una opción popular para viajeros de todas las edades, proporcionando una amplia variedad de actividades, entretenimiento y ofertas gastronómicas. Después de Baleares y Cataluña, Canarias se posiciona como el tercer destino más popular para los turistas internacionales en España (Orús, A., 2024).

Entre los visitantes más frecuentes de las Islas Canarias, después de los procedentes de Reino Unido, destacan los turistas originarios de Alemania (Statista, 2024), que, al mismo tiempo, son los principales emisores de pasajeros de cruceros en Europa (Statista, 2023). De manera que, este dato se presenta como una buena oportunidad para el desarrollo de esta industria en el archipiélago. El impacto del turismo de cruceros en las Islas Canarias es otro aspecto crucial que se debe tener en cuenta. El objetivo de nuestro TFG es analizar tanto los beneficios como los desafíos de este tipo de turismo, explorando las repercusiones económicas, sociales y medioambientales, y proponiendo estrategias para maximizar los beneficios, controlar aquellos impactos negativos e identificar las oportunidades para un crecimiento y una gestión sostenible de esta industria en constante evolución.

2. TURISMO DE CRUCEROS

2.1. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN

Según la OMT, “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros, que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes” (OMT, s. f.).

Este fenómeno al que denominamos turismo incluye también las actividades turísticas, que están “encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo de ocio o vacacional y que, además, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar” (Gobierno de Canarias, s. f.).

A lo largo de los años, el turismo se ha consolidado, tanto como fenómeno como actividad económica, y con ello también ha surgido toda una clasificación y tipología alrededor de este, creando un nuevo concepto: el turismo de cruceros. Tal ha sido el desarrollo de este nuevo tipo de turismo que, ya no se trata solo de una forma de llegar a un destino con un medio de transporte, como lo es el barco en vez del avión u otro medio de transporte con ruedas, sino que el mismo crucero es el destino y factor motivador del turista, que de ahora en adelante se denominara concretamente crucerista.

El turismo de cruceros es definido, según el Instituto Nacional de Estadística (de ahora en adelante, INE) como “aquel viaje con fines vacacionales o turísticos, realizado a bordo de un barco de pasajeros a cualquier parte del mundo haciendo escala en destinos intermedios, que proporciona a sus pasajeros todos los servicios propios de un hotel, como alojamiento, manutención, servicio médico, actividades de entretenimiento...” (INE, s. f.).

Consecuentemente, para cubrir la demanda y satisfacer las necesidades de los diferentes consumidores, el mercado de cruceros es extenso y existen todo tipo de opciones. Los viajes en crucero pueden ser clasificados atendiendo diferentes criterios. Según la duración de la ruta existen: minicruceros, entre 1 y 6 días; cruceros estándar, entre 7 y 8 días; cruceros de larga duración, que alcanzan hasta los 18 días; y, finalmente, los cruceros de vuelta al mundo que rondan los 120 días, pudiendo incluso durar más. También se clasifican según por donde naveguen: si es en mares y océanos se trata de cruceros marítimos; sin embargo, si se navega por un río se denomina crucero fluvial. Asimismo, también hay infinidad de tipos de cruceros según destinos, por ejemplo, los cruceros por el Mediterráneo; por temáticas como lo es el crucero Disney World; y tipo de clientes, entre ellos los cruceros para familias o sólo adultos, entre otras clasificaciones (Vayacruceros, 2018).

2.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN

Actualmente, el turismo ya se ha consolidado como fenómeno y como actividad económica. Sin embargo, este continúa evolucionando y adaptándose al entorno.

Aunque para algunos pudiera parecer que siempre haya existido mientras que para otros se trate de algo relativamente nuevo, la realidad es que la historia de la actividad turística comienza desde la Edad Antigua. Aun así, el turismo tal y como lo entendemos hoy en día, nace de la mano de Thomas Cook en 1841 con la organización del primer viaje turístico de la historia (Martínez, E., 2022).

Concretamente, con el turismo de cruceros ocurre lo mismo. Ya se hablaba en la antigüedad, tanto en el Antiguo Egipto como en Roma, de embarcaciones lujosas que navegaban por río o mares, como el Nilo o el Mediterráneo. (Navarro, F., 2023). No obstante, el primer crucero moderno del que se tiene constancia apareció en 1835. En las páginas de un pequeño periódico local, el *Shetland Journal*, se publicó el primer anuncio de un crucero para visitar Escocia, Islandia y las Islas Feroe. Aunque ese crucero nunca se llegara a materializar debido a que se trataba solo de falsa publicidad que rondaba la cabeza del propietario y fundador del diario, el hombre de negocios Arthur Anderson, la demanda sirvió para comprender que aquello podía ser un negocio rentable. Por ello, dos años después, en 1837, junto a Brodie Wilcox en Stromness (Escocia) crearon la naviera Steam Navigation Company, que más tarde se convirtió en P&O Cruises. Sus primeras rutas han pasado a la historia como los verdaderos antecedentes de los cruceros modernos (Miramar Cruceros, 2014).

Aun con todo, es complicado indicar cuál fue el primer crucero de la historia o cuando nació este tipo de turismo. Esto se debe a que la principal dificultad está en establecer una distinción entre turismo de cruceros y turismo en barco, puesto que en ese entonces se había extendido el barco de vapor como transporte marítimo para distancias largas. Fueron estos viajes transatlánticos los que, al ser cada vez más rápidos y cómodos, se fueron convirtiendo aptos para el gran público, dando lugar a los cruceros como los entendemos actualmente, llenos de comodidades y lujos todos a bordo (Navarro, F., 2023).

De hecho, los amantes de los cruceros conocen a Samuel Cunard como el “príncipe de los océanos”. Esto se debe a que, en 1839, el gobierno británico licitó el transporte de correos entre Inglaterra y Estados Unidos, y Cunard ganó el concurso público. El barco destinado para el transporte fue llamado *Britannia*. Además de haber sido construido en un tiempo récord y tener 63 metros de eslora, este tenía un registro bruto de 1.150 toneladas y podía transportar además a 115 pasajeros. Su primer viaje fue en 1840, zarpando desde Liverpool con destino Boston (Estados Unidos). Fue así como Cunard se convirtió en el fundador de una de las navieras más importantes de aquel entonces y por ello su historia es conocida.

Sin embargo, a pesar de haber tenido una nueva idea de negocio y haber pretendido convertir este tipo de transporte y desplazamiento en una actividad más atractiva, Cunard no puede ser considerado pionero en el turismo de cruceros.

Más adelante, durante la primera mitad del siglo XX, los cruceros alcanzaron su apogeo. Esta era de oro en el mundo de los cruceros se caracterizó por la elegancia, la opulencia y la sofisticación que se caracterizaban en grandes barcos como el *Queen Mary* y el *Queen Elizabeth*. Estos transatlánticos fueron verdaderas ciudades flotantes, con capacidad para miles de pasajeros y tripulantes. Sin olvidarnos de otro ejemplo muy conocido, el *Titanic*, que, al finalizar su construcción, se convirtió hasta aquel momento en el barco de pasajeros más grande del mundo. A pesar de su terrible desenlace, de su hundimiento derivaron las normativas de seguridad como llevar lanchas y chalecos salvavidas con capacidad para la totalidad de los pasajeros y la internacionalización del código de emergencia S.O.S en morse (Solocruceros.com, 2024).

Como se puede comprobar, el uso del crucero era algo común en este periodo. No obstante, el volumen de cruceristas no era muy alto debido a que este estaba limitado a las clases sociales de mayor poder económico y, además, durante la Segunda Guerra Mundial muchos de estos lujosos barcos fueron utilizados con fines militares. Sin embargo, después del conflicto volvieron a surcar los mares como cruceros de ocio, y las compañías navieras continuaron innovando y mejorando sus servicios para atraer a más viajeros: se añadieron piscinas, teatros, tiendas libres de impuestos y todo tipo de entretenimiento a bordo. Asimismo, en la actualidad cada vez hay más opciones para todos los tipos de poderes adquisitivos (Solocruceros.com, 2024).

Podemos afirmar entonces que desde 1970, el sector de los cruceros no ha dejado de innovar ya que las navieras desde ese momento comenzaron a adaptarse a las demandas cambiantes de los cruceristas y la industria se ha diversificado hasta crear diferentes tipos de cruceros que satisfacen las necesidades y gustos de cada pasajero. Los cruceros temáticos por ejemplo se han vuelto populares, ofreciendo experiencias únicas como viajes gastronómicos, cruceros musicales o travesías centradas en actividades deportivas; y también se han construido barcos más pequeños y lujosos que acceden a puertos más remotos y ofrecen experiencias más exclusivas.

Asimismo, como se decía anteriormente, en las últimas décadas los cruceros se han vuelto mucho más accesibles para el público en general. Las principales navieras como MSC Cruceros, Costa Cruceros, Royal Caribbean o Norwegian Cruise Line han desarrollado barcos cada vez más modernos y grandes y, consecuentemente, los precios se han vuelto más competitivos.

Actualmente, la evolución y el desarrollo de esta industria no se ha frenado. A pesar de que en sus inicios navegar en un crucero era considerado una experiencia exclusiva que solo podían disfrutar los grupos más privilegiados, ahora los cruceros son más accesibles económicamente y existen tipos para todos los gustos. Hoy en día la evolución de este sector trae consigo también la modernización de las tecnologías en él, además de la preocupación por el medioambiente intentando que estos sean más sostenibles y respetuosos con el entorno, sobre todo desde la creación de la Agenda 2030 de la ONU.

2.3. IMPORTANCIA

El hecho irrefutable de que el turismo es un sector económico de vital importancia se puede avalar con cifras. La relevancia del turismo no sólo se refleja en la llegada de turistas sino también en los ingresos derivados de todas las actividades que estos realizan y los servicios que requieren, tanto directos como indirectos (González, P., Del Carmen, M., García, J., & Mercedes, M., 2010).

En el caso de España, que es, dependiendo de la fuente o el año que se consulte, junto a Francia uno de los dos países que encabezan el podio de las naciones más visitadas en el mundo (Enterat.com, 2024), las cifras son las siguientes:

- En 2022 visitaron España un total de 71,6 millones de turistas internacionales que realizaron un gasto de 87.061 millones de euros (Maroto, R., 2023).
- Durante el año 2023 visitaron España 85,1 millones de turistas, lo que supuso un aumento del 18,7% respecto al año anterior. Si se compara esta cifra con 2019, antes de la pandemia, la llegada de turistas se situó un 1,9% por encima. (INE, 2024)

Llegada de turistas internacionales anuales en millones

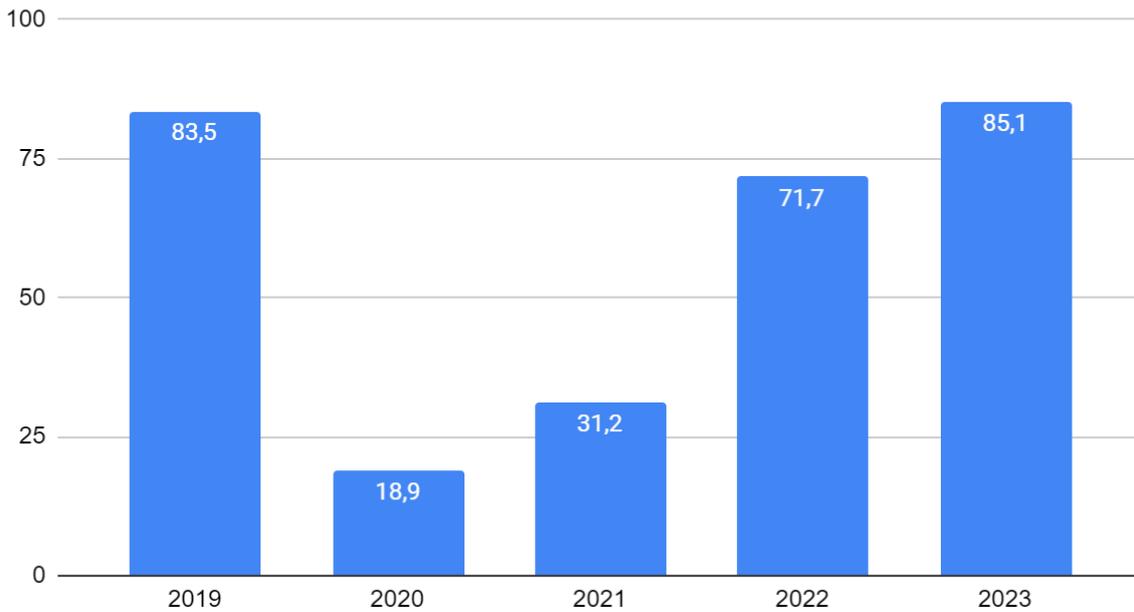


Figura 1: Llegada de turistas internacionales anuales a España en millones. Elaboración propia basado en datos del INE.

Concretamente, el turismo de cruceros también se vio afectado por el COVID-19. Sin embargo, a día de hoy los datos actuales están por encima de los del año 2019 tanto a nivel mundial como nacional.

Desde el año 2009, la cifra anual de pasajeros que se embarcó en cruceros en todo el mundo no dejó de incrementarse. Sin embargo, en 2020 acabaría con esta tendencia ya que la pandemia de COVID-19 tuvo un fuerte impacto en el sector, lo que quedó reflejado en el volumen de pasajeros. Así, en dicho año, se registraron un total de aproximadamente 5,8 millones de cruceristas en todo el mundo, lo que supuso casi 24 millones menos que la cifra alcanzada tan solo un año antes. En 2021, no obstante, comenzó la recuperación y ya en 2022 se rozaron los 20,5 millones. (Statista, 2023).

Evolución anual del número de pasajeros de crucero en el mundo entre 2009 y 2022 en millones

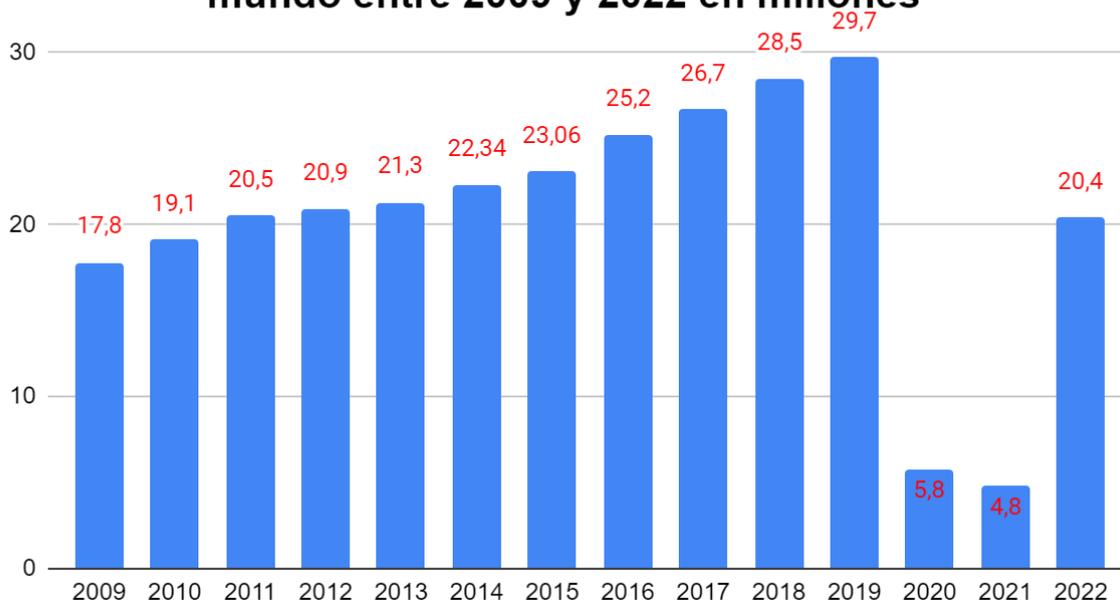


Figura 2: Evolución anual del número de pasajeros de crucero en el mundo entre 2009 y 2022 en millones. Elaboración propia basado en datos de Statista.

Si se habla específicamente de España, 2023 ha sido el año no sólo de la recuperación total tras la pandemia para el turismo de cruceros, sino que se ha superado la cifra récord de 10,6 millones de cruceristas por los puertos españoles marcada en 2019. En total, 12 millones pasaron por nuestros puertos el pasado año, un 46,6% más que en 2022, manteniendo a España como el segundo destino de cruceros en Europa, por detrás de Italia (Gaceta Náutica, 2024).

3. TURISMO DE CRUCEROS EN LAS ISLAS CANARIAS

3.1. PANORAMA GENERAL Y OFERTA EN LA ACTUALIDAD

Desde el punto de vista del turismo de cruceros, Canarias es uno de los destinos más solicitados, tanto por los viajeros locales como por los internacionales (Hosteltur, 2023). Según el ISTAC, el turismo de cruceros en las Islas Canarias ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años y ha pasado de ser una actividad en desarrollo a ser una de las principales actividades en el sector turístico de nuestro archipiélago (ISTAC 2, 2024).

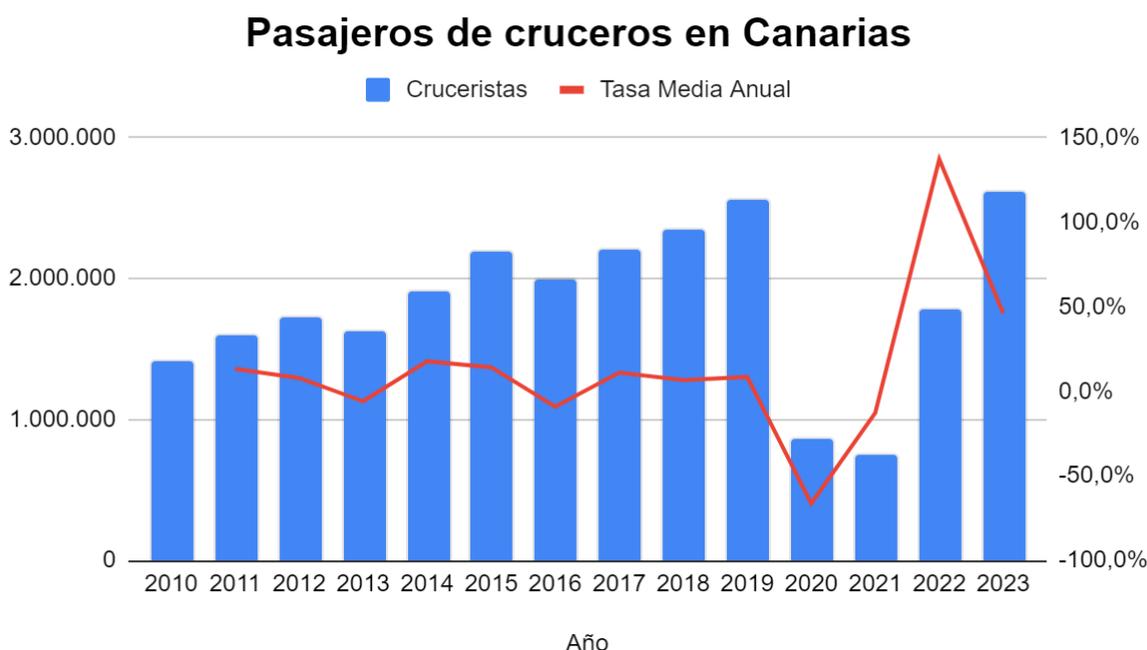


Figura 3: Pasajeros de Cruceros en Canarias. Elaboración propia basado en datos del ISTAC 2.

Según los datos obtenidos en la gráfica de la Figura 3 del ISTAC, se observa un incremento constante en el número de turistas que optan por visitar las Islas Canarias mediante cruceros a lo largo de los años, alcanzando su punto máximo en 2019 con 2.553.721 cruceristas. Sin embargo, con la llegada de la pandemia, se produjo una caída drástica del 70,46% con tan sólo 753.229 cruceristas en 2021. Aun así, en menos de dos años, el turismo de cruceros logró recuperarse significativamente, alcanzando e incluso superando los niveles previos a la pandemia consiguiendo 2.609.424 cruceristas en 2023, con un aumento del 246,41%.

Este crecimiento se debe a diversos factores que han contribuido a establecer a las Islas Canarias como un destino destacado para los cruceristas.

En primer lugar, una ventaja del Archipiélago es su posición geográfica, ubicada en el océano Atlántico entre Europa, África y América. Su localización permite que se posicionen como un punto de partida o escala ideal para cruceros que recorren el Atlántico o el Mediterráneo, entre otras. Esto ofrece un acceso atractivo tanto para los operadores de cruceros como para los turistas que desean explorar diversos destinos en una sola travesía.

Además de su ubicación geográfica, las Islas Canarias también se destacan por su clima y su biodiversidad. Desde playas de arena negra y dorada hasta paisajes volcánicos, montañas o desiertos, el archipiélago ofrece una variedad de paisajes de gran interés turístico. Con un clima subtropical agradable durante todo el año, los inviernos y veranos en las Islas Canarias son suaves, con temperaturas medias de 18 y 22 grados centígrados, más cálidas en las zonas sur de las islas y más frías en las zonas altas (Gobierno de Canarias, 2023b). Esto contrasta considerablemente con las temperaturas extremas que se experimentan en otros destinos de interés para los cruceristas.

Esta combinación de factores hace que Canarias sean un destino de crucero excepcional para todos los que visitan el archipiélago. Debido a esto, los turistas pueden disfrutar de una amplia variedad de actividades, como practicar deportes acuáticos, relajarse en las playas, hacer senderismo o descubrir la historia y cultura de las islas durante su visita, además de su rica y amplia gastronomía.

En las Islas Canarias, de los 11 puertos de carácter estatal, un total de 8 puertos están preparados para recibir buques de crucero, equipados con instalaciones modernas y bien desarrolladas, lo que contribuye significativamente a la actividad turística en las islas. La Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife supervisa los puertos de San Sebastián de La Gomera, Los Cristianos, Santa Cruz de La Palma, La Estaca y el puerto de Santa Cruz de Tenerife en sí. Por otro lado, la Autoridad Portuaria de Las Palmas se encarga de los puertos de Arrecife, Puerto del Rosario y Las Palmas de Gran Canaria. Estos puertos desempeñan un papel importante en el turismo de cruceros en las Islas Canarias, especialmente en destinos como Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura.

Pasajeros de cruceros en Canarias

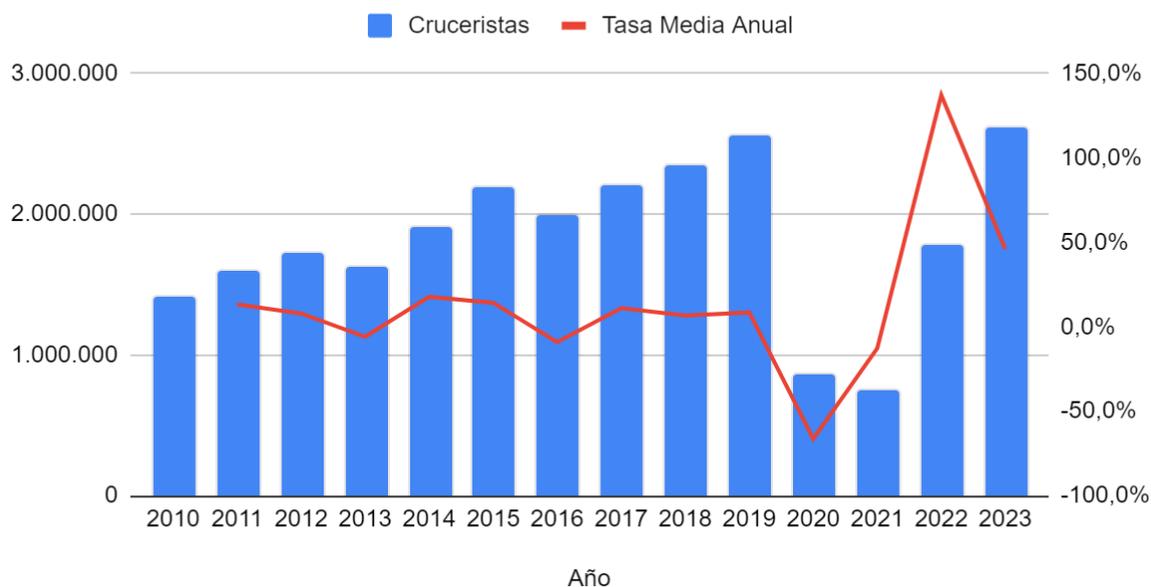


Figura 4: Pasajeros de crucero por puerto en 2023. Fuente elaboración propia basado en datos del ISTAC 2.

Pasajeros de crucero por puerto en 2023

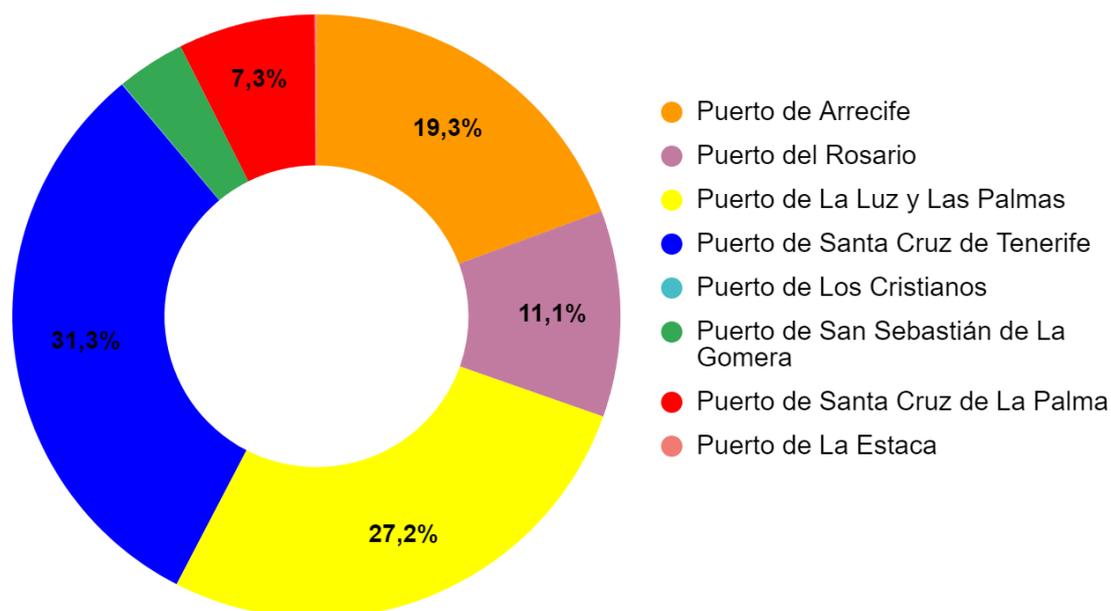


Figura 5: Pasajeros de crucero por puerto en 2023. Fuente elaboración propia basado en datos del ISTAC 2

En estos gráficos basados en datos proporcionados por el ISTAC, se destacan los puertos localizados en las Islas Canarias que están capacitados como puntos de entrada y salida para cruceros, facilitando tanto el embarque y desembarque de pasajeros como la provisión de combustible, alimentos y otros suministros. En el año 2023, el puerto más frecuentado se encuentra en la isla más popular entre los turistas internacionales, Tenerife. Este puerto está situado en la capital de la isla, Santa Cruz de Tenerife, y registró la llegada de 817.550 cruceristas. En segundo lugar, se encuentra el puerto de La Luz y Las Palmas, en Las Palmas de Gran Canaria, con 710.040 cruceristas. Le siguen el puerto de Arrecife, en Lanzarote, con 504.805 visitantes y, seguido por el Puerto del Rosario en Fuerteventura con 288.398 visitantes. Posteriormente, se encuentra el puerto de Santa Cruz de la Palma, en La Palma, y finalmente el puerto de San Sebastián de La Gomera, ubicado en La Gomera. Estos datos demuestran el papel fundamental que tienen los puertos de las Islas Canarias para el desarrollo de esta actividad turística.

Estos puertos también sirven como paradas planificadas en los itinerarios de las rutas que llevan a cabo los cruceros, los cuales permiten a los pasajeros desembarcar y explorar la zona donde se ubican. Esta función no solo enriquece la experiencia del viaje, sino que también impulsa la economía local al fomentar el gasto en restaurantes, tiendas y servicios turísticos en los destinos visitados.

Las empresas que actualmente operan en las Islas Canarias incluyen destacadas opciones de cruceros como MSC Cruceros, Costa Cruceros, Pullmantur Cruceros, Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Line y TUI Cruises. Estas compañías ofrecen cruceros con salidas desde puertos europeos u otras regiones, con paradas en las Islas Canarias como parte de sus rutas por el Atlántico y el Mediterráneo (Hosteltur, 2023).

3.2. PERFIL DEL CRUCERISTA Y SUS PREFERENCIAS

Una de las cuestiones más relevantes tiene que ver con el perfil de los turistas que eligen embarcarse en unas vacaciones a bordo de un crucero, ya sea para experimentar esta forma de viajar por primera vez o para repetirlo.

La evolución a lo largo de los años, tanto del perfil de los turistas como de los cruceristas en concreto, ha ido cambiando al igual que sus preferencias. De hecho, las motivaciones que empujan a los turistas a emprender nuevos viajes son mucho más numerosas que hace algunos años (García, J., 2024). Hoy en día se busca la exclusividad, las mejores prestaciones y experiencias que superen las expectativas.

Como potenciales turistas, se tiene al alcance la posibilidad de comparar ofertas de alojamientos y múltiples experiencias. Internet y las nuevas tecnologías lo ponen muy fácil desde este punto de vista, ya que la gran variedad de opciones que ofrecen las plataformas

digitales para viajar es inmejorable. Atrás quedan esos viajeros desorientados o carentes de información sobre el contexto social, económico o cultural del territorio visitado, ya que se está a un simple clic de conocer todo lo que nos rodea.

Las características del turista del siglo XXI son muchas y heterogéneas. Aun así, compartimos algunos componentes con los viajeros de tiempos pasados, como la voracidad por ver y escuchar de primera mano aquello que nos despierta interés y ahondar en aquello que nos produce curiosidad. Además, el afán por aprender cosas nuevas siempre ha formado parte de la conducta del ser humano.

En general, el perfil del turista actual busca algo más que la satisfacción. Es por ello que la mayoría de las agencias de viajes o agentes turísticos creen que la clave se encuentra en ofrecer un estilo de vida en lugar de un simple viaje. Es decir, completar la demanda del consumidor por encima de sus expectativas (EducaFP, 2022).

En el caso de los cruceristas ocurre lo mismo. Actualmente, es necesario definir el nuevo perfil del crucerista sin olvidarse de que hay que apostar por la seguridad y la sostenibilidad. (Dolz, L., 2021). La digitalización será la clave para adaptarse al nuevo viajero de cruceros, además de la búsqueda de experiencias inmersivas (Smart Travel News, 2021).

Resulta evidente que la digitalización permite ser más eficientes y sostenibles y que no debemos olvidar que también suponen un coste ambiental, sobre todo, porque las generaciones más jóvenes valoran las acciones realizadas por las compañías en este ámbito.

La pandemia ha propiciado que muchos viajeros, que aún no estaban digitalizados, se hayan convertido en un pasajero más tecnológico. Ahora el viaje empieza en casa. Así que la digitalización afecta a todo el proceso: a la búsqueda, la valoración e incluso la contratación. En consecuencia, se está generando un nuevo canal de comunicación en el que las navieras deben lograr entrar y liderar. También buscan una experiencia lujosa, única, no masificada, inmersiva y local. Aquí es donde deben entrar en juego las habilidades de los destinos y los agentes turísticos.

La Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (de ahora en adelante CLIA) detalla en uno de sus informes del 2023, las 15 tendencias de los cruceristas actuales y futuros (CLIA, 2023).

- Las generaciones más jóvenes son el futuro de los cruceros, ya que el 88% de los millennials y el 86% de los viajeros de la Generación X que ya han viajado en crucero afirman que piensan volver a hacerlo.
- El 73% de los que nunca han viajado en crucero afirman que considerarán la posibilidad de hacerlo. Los millennials fueron los más interesados con un 77%, seguidos por la Generación X con un 73%.

- Para atraer a más cruceristas primerizos y satisfacer las necesidades de los que repiten, las compañías de cruceros ofrecen itinerarios más cortos y más largos. Como resultado, aunque la duración media de los cruceros sigue siendo de unos 7 días, la gama de opciones de duración de los cruceros se ha ampliado.
- Aumentan los viajes en solitario. Las compañías de cruceros están respondiendo, aumentando el número de camarotes individuales en los buques nuevos y readaptando algunos de los existentes para incluir camarotes adicionales diseñados para quienes viajan solos.
- Se está produciendo una aceleración de las tecnologías y prácticas medioambientales presentes en los cruceros, puesto que el sector persigue la meta de cruceros con emisiones netas de carbono cero para 2050.
- El compromiso de los viajeros de cruceros y de los potenciales nuevos cruceristas con el medio ambiente va en aumento: el 50% de los viajeros de cruceros actuales y potenciales afirman estar más comprometidos con la toma de decisiones de viaje basadas en el impacto medioambiental que hace tres años.
- Las compañías de cruceros ofrecen cada vez más educación medioambiental y experiencias turísticas sostenibles a los pasajeros. Como resultado, el 84% de los viajeros de cruceros son más conscientes de la naturaleza responsable de los viajes en crucero y de la importancia del medio ambiente.
- El número de camarotes accesibles en la flota de cruceros está aumentando. Este aumento está ayudando a satisfacer las necesidades de los cruceristas con movilidad limitada o que viajan con alguien con esta condición, la gran mayoría de los cuales (en todas las generaciones) dicen que ven las vacaciones en crucero como la única opción de viaje que satisface sus necesidades. Se observan resultados similares en relación con las consideraciones sensoriales y cognitivas.
- Los viajeros de cruceros más jóvenes, desde la Generación Z hasta los millennials y la Generación X, recurren a asesores de viajes para reservar sus cruceros más que ninguna otra generación (un 50% más que los tradicionalistas y los baby boomers).
- Las vacaciones en crucero atraen a quienes buscan opciones de viaje multigeneracionales. Hoy en día, el 73% de los viajeros de cruceros navegan con miembros de la familia que representan al menos dos generaciones.
- Se prevé que la flota de cruceros de los miembros de la CLIA supere los 300 buques oceánicos por primera vez en 2024. El aumento de buques e itinerarios es oportuno para satisfacer la fuerte demanda de viajes de crucero, que está repuntando más

rápidamente que las llegadas internacionales. Según las previsiones de la CLIA, el turismo de cruceros alcanzará probablemente en 2023 el 106% del volumen de pasajeros de 2019. Esto se compara con el pronóstico de la OMT para enero de 2023 sobre las llegadas de turistas internacionales en 2023 que prevén que será del 80% al 95% de los niveles de 2019.

- El interés de los viajeros en reservar un crucero de expedición es más alto que nunca, debido a que los viajeros buscan experiencias de viaje más inmersivas, responsables y bucket-list. La tendencia es evidente en todos los grupos de edad, ya que el número de pasajeros que navegan en cruceros de expedición se duplicó con creces de 2016 a 2022. Otras señales incluyen los resultados de búsqueda de viajes en cruceros de expedición a la Antártida, que aumentaron un 51% en 2022 en comparación con 2019. Además, durante 2022, 137.000 viajeros de cruceros navegaron en barcos de expedición. Aunque esta cifra es inferior a la de 2019, cuando 187.000 cruceristas eligieron un crucero de expedición, el volumen de pasajeros de la expedición de 2022 fue casi un 70% superior al de 2016.
- Las líneas de cruceros están ofreciendo oportunidades de viaje de crucero más inmersivas a los pasajeros. Dichas están programando estancias más largas, incluyendo pernoctaciones, en ciertos puertos de escala.
- Más viajeros de cruceros planean reservar cruceros más largos para sus próximas vacaciones, con un 43% diciendo que planean reservar un crucero más largo y un 43% diciendo que planean reservar un crucero de longitud similar.
- La familia y los amigos son los que más influyen en la decisión de los viajeros de reservar o no un crucero. El 86% de los cruceristas afirma que la familia y los amigos han influido de algún modo o de forma significativa en su decisión de viajar en crucero.

3.3. ELECCIÓN DEL TIPO DE VIAJE Y DEL DESTINO

Cada forma de viajar presenta una serie de ventajas. En el caso de los cruceros, existen diferentes puntos beneficiosos como los que se enumeran a continuación:

- Muchos destinos en un solo viaje. Aunque los destinos de la travesía se visiten durante unas horas, generalmente sin alcanzar el día, los cruceros ofrecen la posibilidad de, en cuestión de un par de días, visitar varias ciudades incluso de varios países.
- Multitud de actividades. Existen a bordo actividades de ocio y recreación muy variadas. En un crucero suele haber desde escenario para espectáculos, hasta teatros, cines o parques acuáticos. También cuentan con actividades deportivas.

- Ahorro económico. No se trata de una forma de viajar barata, pero si se puede referir a un ahorro ya que una vez pagado el viaje, que suele ser todo incluido, no existen muchos más gastos, sin contar compras por gusto propio como souvenirs o tiendas.

Una de las ventajas destacadas al optar por un crucero en Canarias es la facilidad de acceder a este destino desde Europa y otras partes del mundo. Los puertos canarios están bien conectados con los principales aeropuertos de las islas, facilitando así el viaje tanto para pasajeros procedentes de regiones lejanas como para aquellos que se encuentran en Europa.

Otro aspecto atractivo de los cruceros en las Islas Canarias es la oportunidad de combinar la tranquilidad del mar mientras se exploran las islas en sí. Una razón adicional que contribuye a la popularidad de los cruceros en Canarias es la cultura e historia que ofrece la región. Cada isla posee una identidad única que los pasajeros tienen la oportunidad de visitar y conocer.

3.4. TURISMO ALEMÁN DE CRUCEROS EN LAS ISLAS CANARIAS

Más en concreto, un mercado de mayor interés para analizar es el turismo de crucero procedente de Alemania. Este país cuenta con varios puertos capacitados para recibir y emitir cruceros, siendo algunos de los más destacados el puerto de Hamburgo, el Puerto de Kiel y el Puerto de Rostock, todos ubicados en el norte del país. Según un estudio de la CLIA del año 2022 realizado sobre el mercado de cruceros en Europa, Alemania registró un volumen de pasajeros de aproximadamente 1.876.000 en ese año. Este número refleja un aumento del 226% con respecto al año anterior, 2021, período en el que la pandemia de COVID-19 continuaba afectando a la industria (CLIA Europe, 2023). A continuación, la siguiente tabla refleja los principales mercados emisores de pasajeros de crucero en Europa en 2022.

Principales países emisores de pasajeros de cruceros en Europa en 2022

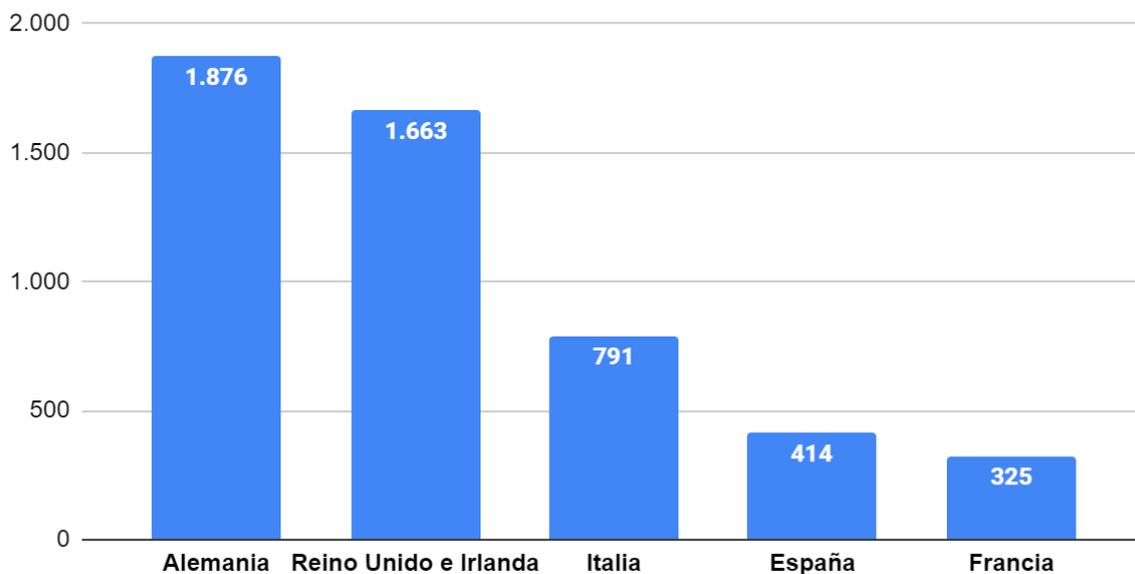


Figura 6: Principales países emisores de pasajeros de cruceros en Europa en 2022 en miles. Fuente elaboración propia basado en datos de la CLIA.

Tal y como muestra el gráfico anterior, no solo se trata de uno de los principales países emisores de cruceristas, sino que también está entre los principales emisores de turistas hacia Canarias (CLIA Europe, 2023). El turismo alemán de cruceros comparte, por tanto, esta característica con el Reino Unido. Como resultado se han convertido en un segmento importante e indispensable del sector turístico para el archipiélago.

Además, solo el 8% de los cruceristas alemanes eligen Canarias como destino, lo que equivale a unos 160.000 pasajeros aproximadamente (CLIA Europe, 2023).

Por rango de edad

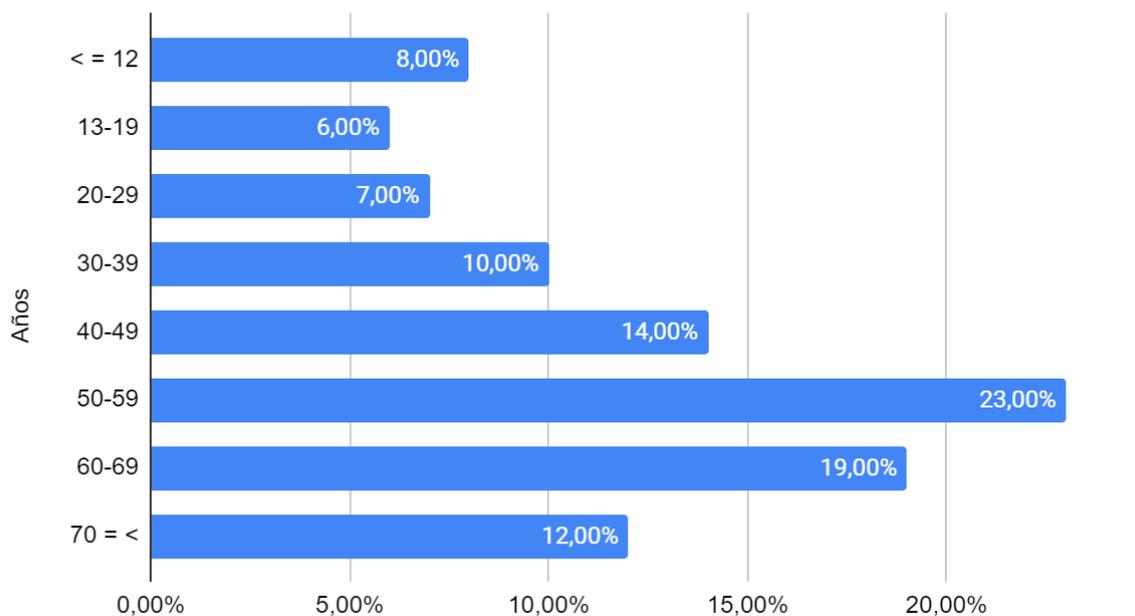


Figura 7: Cruceiros por rango de edad. Fuente elaboración propia basado en datos de la CLIA.

Según se observa en la figura 7, el grupo de edad predominante entre los pasajeros alemanes que viajan en cruceros está comprendido entre los 50 y 59 años, representando un 23% del total. Le sigue el grupo de 60-69 años, con un 19%, y, en tercer lugar, el rango de 40-49 años, con un 14%. Estos datos indican que la mayoría de los cruceiros alemanes se encuentran en la fase intermedia de su vida (CLIA Europe, 2023).

Esto sugiere que aún hay margen para un mayor crecimiento y diversificación en el mercado de cruceros en la región. Pero, al mismo tiempo, es importante considerar cómo mantener un equilibrio entre el desarrollo del turismo de cruceros y la preservación del medio ambiente y la cultura local en las áreas receptoras.

Duración del viaje en crucero

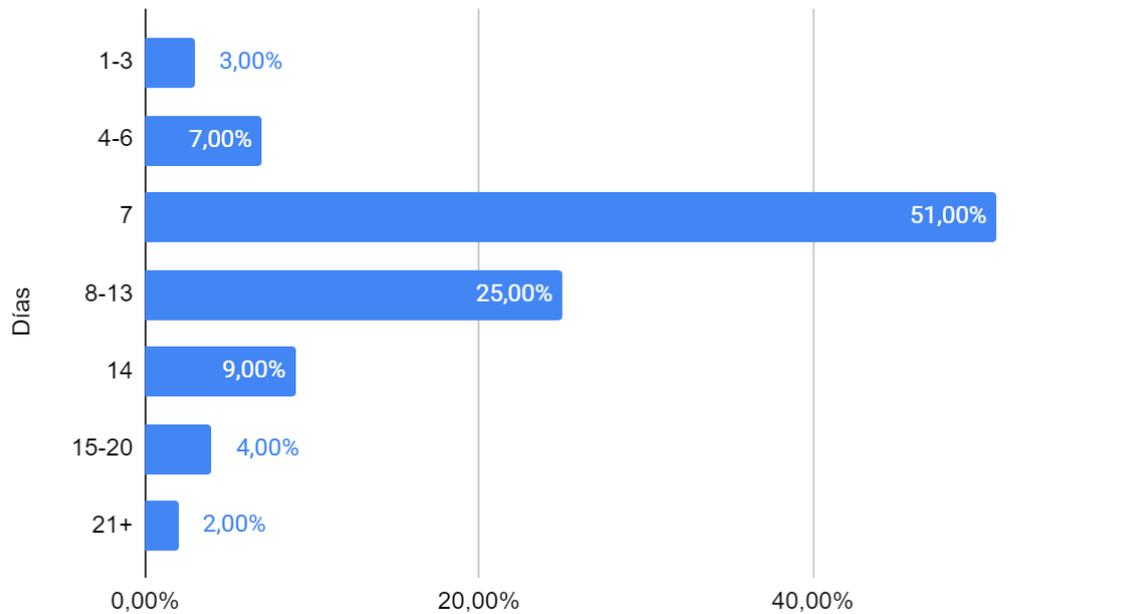


Figura 8: Duración del viaje en crucero. Fuente elaboración propia basado en datos de la CLIA.

Por último, en cuanto a la duración del viaje, la mayoría de los cruceristas alemanes optan por travesías de 7 días, representando un notable 51% del total en 2022. Como segunda opción, un 25% de los alemanes se decide por viajes un poco más largos, durando entre los 8 y 13 días (CLIA Europe, 2023).

4. IMPACTO

4.1. SOSTENIBILIDAD

Según la Organización de las Naciones Unidas (de ahora en adelante, ONU), la sostenibilidad es un desafío para la sociedad actual que se fundamenta en el principio de “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias” (ONU, s.f.). En respuesta a la emergencia climática, tanto consumidores como empresas e instituciones, se ven obligadas a vincular sus hábitos hacia una economía inclusiva y no lineal que tenga en cuenta tres ámbitos complejos, pero interconectados entre sí: el ámbito económico, social y ambiental (Erasmí Tovar, B., 2024).

El desarrollo sostenible se ha establecido como el principio fundamental para el avance a largo plazo a nivel global, buscando el equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y la preservación del medio ambiente (Pacheco, F., 2023). En este ámbito, el turismo de cruceros, que es responsable de trasladar a miles de pasajeros anualmente, se enfrenta a desafíos debido a su impacto en el océano, un elemento que no solo es vital para llevar a cabo esta actividad, sino que también es crucial en la regulación climática y la conservación de la biodiversidad (Pacheco, F., 2023).

En este contexto, existe un compromiso de abandonar la extracción desmedida de recursos naturales y promover la creación de productos respetuosos, duraderos, recuperables y reciclables. Cada vez más, los ciudadanos buscan productos que minimicen el consumo de recursos en su diseño y fabricación, sean reutilizables, fácilmente reciclables y utilicen materias primas cuyos residuos sean recuperables, encarnando así las 3Rs con menor impacto ambiental (Pacheco, F., 2023).

En respuesta, algunas compañías están adoptando modelos de cruceros más sostenibles, priorizando la descarbonización y la implementación de prácticas que moderen su impacto ambiental, protegiendo así la salud de los océanos (Pacheco, F., 2023). A la hora de abordar la intersección entre los cruceros y la sostenibilidad, es crucial examinar el impacto que esta actividad turística genera tanto en los puertos como en la sociedad en general (Erasmí Tovar, B., 2024).

El impacto económico es significativo, ya que refleja la influencia real de esta actividad en la sociedad local. Por otro lado, el impacto ambiental y social también son de suma importancia, pues puede afectar tanto al entorno natural como a la percepción y bienestar de la comunidad local. La percepción de la sociedad local con respecto al turismo de cruceros está formada por el conjunto de impacto que esta actividad genera en la economía, medioambiente y en la sociedad, sobre todo en la necesidad de abordar de manera general los desafíos de la sostenibilidad en este sector (Erasmí Tovar, B., 2024).

4.2. IMPACTO

El impacto económico del turismo de cruceros a nivel mundial se analiza usando un enfoque estándar llamado análisis de impacto económico. Este método ayuda a entender cómo la industria de los cruceros afecta a la economía a través de tres canales principales (CLIA, 2023):

- Impacto directo: se refiere al gasto directamente vinculado a la industria, como el dinero que los turistas invierten en los puertos, las adquisiciones realizadas por las compañías navieras y los salarios pagados a los empleados. Este flujo de efectivo directo impulsa directamente la economía local y nacional donde los cruceros hacen escala.
- Impacto indirecto: este canal aborda los efectos que siguen al impacto directo, como las compras que las empresas realizan a otras empresas para satisfacer las demandas generadas por el turismo de cruceros. Aquí, se observan efectos en la cadena de suministro que se extienden más allá de la industria de los cruceros, beneficiando a diversos sectores económicos.
- Impacto inducido: este tercer canal refleja cómo los ingresos generados por la industria de cruceros afectan al consumo de los hogares. A medida que los ingresos fluyen a través de la economía, se crean oportunidades para un mayor gasto y crecimiento económico en una variedad de sectores.

En 2021, el impacto económico en Europa fue de 44 mil millones de euros en contribución económica total, respaldando 315 mil empleos. En España, en 2022, la industria de cruceros generó un impacto económico total de 5670 millones de euros, con un gasto directo total de 2590 millones de euros y 4224 puestos de trabajo a tiempo completo, tanto directos como indirectos (CLIA, citado por Espiau Moreno).

En cuanto al impacto sociocultural, la relación entre los cruceros y las comunidades locales es compleja, con efectos positivos y negativos. Por un lado, el turismo de cruceros facilita el intercambio cultural al conectar a viajeros de diversas partes del mundo con las comunidades locales. A través de actividades como excursiones guiadas, interacciones con residentes y la oportunidad de explorar la cultura y la gastronomía locales, se fomenta un entendimiento más profundo y respetuoso entre diferentes culturas. Este intercambio cultural no solo enriquece la experiencia de los turistas, sino que también puede impulsar la valoración y preservación de la herencia cultural de las comunidades locales. Pero, por otro lado, las visitas suelen ser cortas y pueden llevar a percepciones superficiales del destino visitado. Además, la congestión en los destinos puede generar tensiones entre los residentes locales

y los turistas, especialmente cuando se percibe que la afluencia masiva de visitantes perturba la vida cotidiana y el equilibrio socioeconómico de las comunidades (García Lis, A. 2022).

Con respecto al medio ambiente, la llegada de cruceros puede tener un impacto significativo en los ecosistemas marinos y costeros. Las emisiones de gases de escape, la contaminación del agua por aguas residuales y la generación de residuos son algunas de las preocupaciones ambientales asociadas con esta industria (Portillo, S. R. 2021). Sin embargo, la conciencia sobre estos problemas está creciendo y se están implementando medidas para mitigar los impactos ambientales (Portillo, S. R. 2021). El uso de tecnologías más limpias, como sistemas de tratamiento de aguas a bordo y turbinas de gas más eficientes, así como la adopción de prácticas de gestión de residuos más sostenibles, son ejemplos de las acciones que se están llevando a cabo para reducir la huella ambiental de los cruceros (García Lis, A., 2022).

5. FACTORES CLAVES PARA SU FOMENTO Y GESTIÓN

5.1. DESAFÍOS ACTUALES Y OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO

El turismo alemán de cruceros en las Islas Canarias se enfrenta a una serie de desafíos y oportunidades que son cruciales para su desarrollo y sostenibilidad. En un entorno global de alta competencia y cambios constantes en las preferencias y perfiles de los viajeros, es vital entender los obstáculos y las oportunidades.

Uno de los principales desafíos es la marcada estacionalidad de este sector, que puede causar desequilibrios económicos y sobrecargar las infraestructuras en momentos específicos del año. La estacionalidad, especialmente en la industria del turismo, se define como “la existencia desigual de las fluctuaciones a lo largo del año” (Panosso, A., Lohman, G., 2012). En Canarias, la afluencia de turistas de cruceros varía considerablemente a lo largo del año, con picos en ciertas temporadas y una baja afluencia en otras.

Estacionalidad del turismo de cruceros en Canarias en 2023

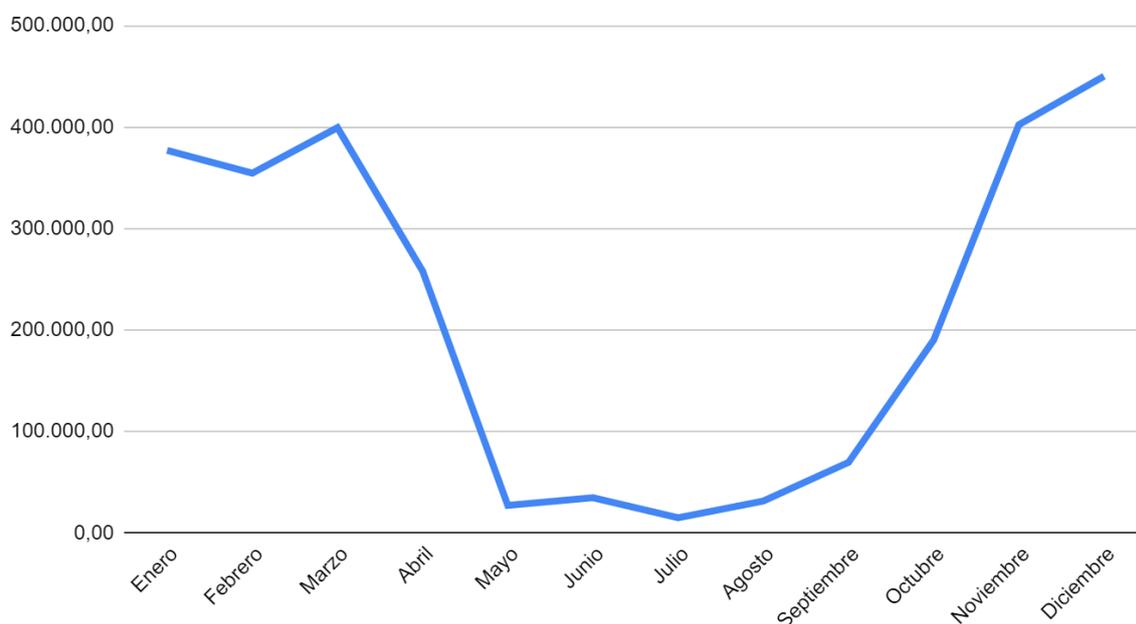


Figura 9: Estacionalidad del turismo de cruceros en Canarias en 2023. Fuente elaboración propia basado en datos del ISTAC.

El gráfico anterior se basa en datos publicados por el ISTAC y muestra la estacionalidad del turismo de cruceros en Canarias durante 2023, un año en el que se alcanzaron los 2.609.424 cruceristas (ISTAC 2, 2024). Se pueden observar claramente los picos de afluencia

y los periodos de menor actividad a lo largo del año, siendo los meses de noviembre a marzo los de mayor afluencia. En cambio, los más bajos son de mayo a junio. Esto puede ser debido a varias razones, como las condiciones climáticas durante el invierno en Europa, la disponibilidad de vacaciones en esas fechas y las promociones especiales de las compañías de cruceros (Panosso, A., Lohman, G., 2012). Independientemente, para una buena gestión y fomento, este es un factor importante que se debe tener en cuenta.

Otro desafío para considerar es la competencia global con otros destinos populares de cruceros para los alemanes, como el Caribe o el Mediterráneo, lo que obliga a las Islas Canarias a diferenciarse. Ya no solo se basa en la oferta de paisajes y climas atractivos, sino también de proporcionar servicios de alta calidad, un itinerario llamativo y una infraestructura eficiente.

Además, la creciente preocupación por el impacto ambiental del turismo de cruceros, que incluye la contaminación marina y la huella de carbono, exige la implementación de prácticas más sostenibles. Los nuevos desafíos medioambientales a los que se enfrentan los puertos y el sector de los cruceros se están abordando mediante iniciativas como la electrificación de puertos y buques, el uso de combustibles alternativos como el gas natural licuado (GNL), los avances en digitalización e innovación y la integración entre puerto y ciudad (EIDiario, 2024), para entonces cumplir con las regulaciones de Bruselas: reducir las emisiones de CO₂ en un 55% para el año 2030 y lograr su eliminación completa para el año 2050 (Consejo de la Unión Europea, s.f.).

A pesar de los desafíos, hay muchas oportunidades para el crecimiento del turismo alemán de cruceros en las Islas Canarias. Adoptar prácticas sostenibles, innovaciones y estar al tanto de nuevas tendencias no solo ayudará a cumplir con las normativas ambientales, sino que también atraerá a turistas que valoran el cuidado del medio ambiente y ofrecerá una ventaja competitiva.

Con todo esto, es posible afirmar que el turismo de cruceros seguirá creciendo a nivel global, nacional e insular en los próximos años y que no hay obstáculos para su desarrollo. Para satisfacer esta demanda, se pondrán en funcionamiento nuevos barcos, la mayoría de ellos con un enfoque más sostenible (EIDiario, 2024). Por lo tanto, es lógico invertir en campañas de marketing que resalten las ventajas de las Islas Canarias y seguir mejorando infraestructuras portuarias y de transporte terrestre para estar a la altura de las demandas crecientes de los turistas de cruceros. Estos esfuerzos son esenciales para atraer y mantener la preferencia de los cruceristas alemanes en un mercado cada vez más competitivo.

Asimismo, los cruceros actuales no son como los aviones, ya que no son solo un medio de transporte para los turistas. En los cruceros, el destino no es solo el puerto donde se atraca, sino el propio barco con todas sus atracciones y ofertas complementarias. Por ello, es

crucial tener en cuenta lo mencionado anteriormente para dar a este sector la visibilidad e importancia que merece (Paula Sosa, J.R., 2022).

5.2. COMPARATIVA CON OTROS DESTINOS COMPETIDORES

Para comprender mejor las ventajas y desventajas de las Islas Canarias en comparación con otros destinos, es importante primero conocer las alternativas más populares entre los alemanes a la hora de viajar en crucero. La comparación con otros destinos competidores puede resultar de utilidad para evaluar la posición de las Islas Canarias como destino de cruceros.

Volumen de pasajeros por ruta comercial/destino en miles

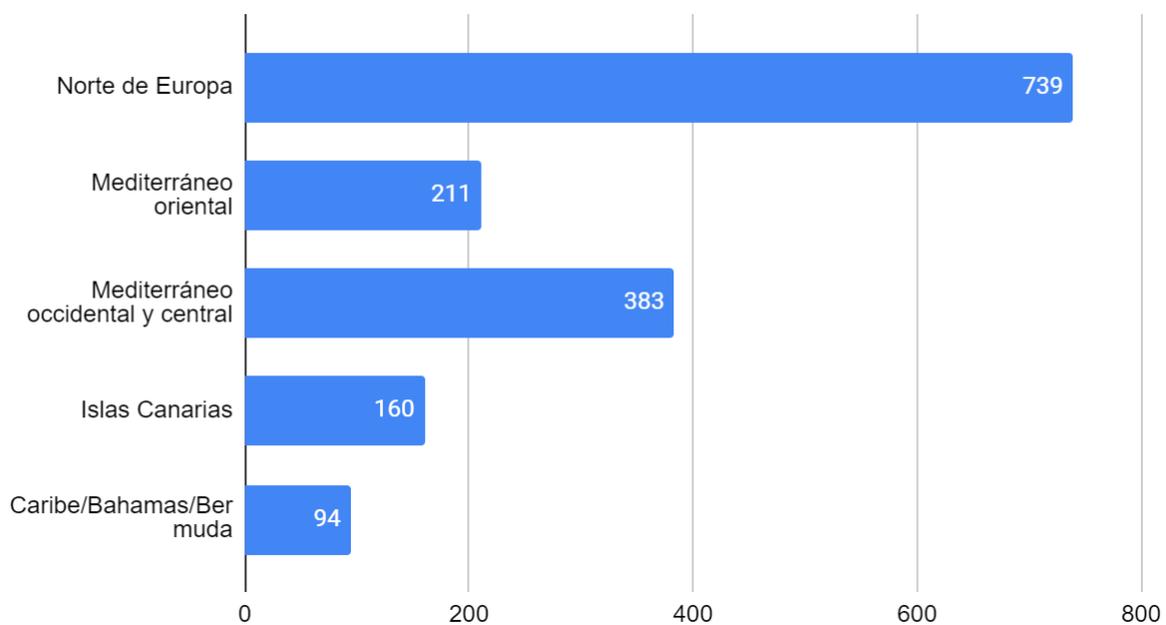


Figura 10: Volumen de pasajeras por ruta comercial/destino en miles. Fuente elaboración propia basado en datos de la CLIA.

Según la CLIA, en el año 2022, los destinos más visitados por cruceristas alemanes fueron el norte de Europa con 739.000 pasajeros, seguido del Mediterráneo occidental y central con 383.000 pasajeros, y en tercer lugar el Mediterráneo oriental con 211.000 pasajeros. Las Islas Canarias ocuparon el cuarto lugar con 160.000 pasajeros, seguidas por el Caribe con 94.000 pasajeros, a pesar de su lejanía (CLIA Europe, 2023).

El norte de Europa es el destino más visitado por el turismo de cruceros alemán, y esto puede explicarse por varias razones. En primer lugar, la cercanía geográfica juega un papel

importante, ya que los puertos de cruceros alemanes se encuentran en el norte del país, facilitando el acceso a los destinos del norte de Europa.

Además, los destinos del norte de Europa brindan una oferta diferente de la que se ofrece en las Islas Canarias. La temporada de cruceros en el norte de Europa coincide con el verano europeo, cuando el clima es más cálido y los días son más largos. Estos factores hacen que sea un destino popular para los cruceristas alemanes.

En segundo lugar, se encuentran los destinos ubicados en el Mediterráneo. La proximidad a Europa facilita el acceso a itinerarios de cruceros por esta zona, haciendo que sea conveniente para los cruceristas procedentes de Alemania. Además, el Mediterráneo ofrece una gran variedad de destinos con una rica oferta cultural e histórica, incluyendo ciudades emblemáticas, como lo son Roma o Barcelona.

Sin embargo, el Mediterráneo también enfrenta desafíos. En algunos destinos populares, la saturación turística puede resultar en experiencias menos auténticas y más congestionadas para los cruceristas. Asimismo, existen preocupaciones sobre la sostenibilidad y la gestión de grandes volúmenes de turistas, especialmente en ciudades como Venecia y Barcelona, que han experimentado tensiones debido al impacto del turismo masivo en la vida local y el medio ambiente (BBC, 2017). A pesar de estas desventajas, como se observa en el gráfico, el Mediterráneo sigue siendo un destino atractivo y altamente demandable para el turismo de cruceros alemán.

En tercer lugar, se encuentran las Islas Canarias como destino de turismo de cruceros para los alemanes. En comparación con los destinos tanto en el norte de Europa como en el Mediterráneo, las Islas Canarias ofrecen varias ventajas, como su clima agradable durante todo el año. Sin embargo, según la estacionalidad de Canarias, no se reciben muchos cruceristas entre los meses de mayo y junio. Esto puede ser debido a factores mencionados anteriormente como las condiciones climáticas en otras partes de Europa durante el verano, la disponibilidad de vacaciones y promociones especiales de las compañías de cruceros (Panosso, A., Lohman, G., 2012).

En invierno, los destinos más populares son aquellos que disfrutan de un clima cálido durante todo el año, como Canarias, el Caribe y la parte oriental del Mediterráneo (García, J., 2023). Esto explica por qué Canarias recibe una gran cantidad de pasajeros en los meses de invierno.

Además, Canarias cuenta con una gran diversidad de paisajes y actividades, así como una proximidad relativa para los turistas europeos. Esto permite a los visitantes disfrutar de una amplia gama de opciones, desde deportes acuáticos y relajación en playas, hasta senderismo y exploración de la historia y cultura de las islas. Con playas de arena negra y dorada, paisajes volcánicos, montañas y desiertos, el archipiélago ofrece un atractivo turístico variado y de gran interés.

Sin embargo, a pesar de estas ventajas, según se observa en la figura 10, el destino no goza del mismo reconocimiento que los otros mencionados anteriormente. Por lo tanto, no solo es necesario mejorar los servicios y la oferta, sino también las infraestructuras para aumentar su atractivo para los cruceristas procedentes de Alemania.

La mejora de infraestructuras y servicios permitiría a las grandes compañías confiar más en el destino, especialmente porque estas están desarrollando cruceros cada vez más sostenibles que requieren nuevos combustibles, y avances tecnológicos (Espiau Moreno, L. M., 2024). La adaptación de los puertos en Canarias a estos cambios haría posible recibir estos cruceros, convirtiendo al Archipiélago en una opción óptima para aumentar la operatividad y las frecuencias de este tipo de embarcaciones (El Apurón, 2024).

5.3. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS A IMPLANTAR PARA LA VISIBILIDAD DEL MERCADO

Alemania es el principal emisor de pasajeros de cruceros, pero la cantidad de turistas alemanes que visitan Canarias no es tan elevada (CLIA Europe, 2023). Por lo tanto, esto muestra el potencial de este mercado que, con un buen plan de marketing y promoción, podría generar múltiples beneficios.

El marketing y la promoción desempeñan un papel crucial en el fomento del turismo de cruceros en Canarias, especialmente en la atracción de turistas alemanes, conocidos por su perfeccionismo en la planificación de viajes. Entre los principales países emisores de turistas en Europa, los alemanes destacan por planificar sus vacaciones con meses de antelación, de hecho, el 40% de los turistas alemanes ha organizado sus vacaciones 3 o más meses antes (Hinton, T., 2022).

Una de las estrategias clave es dirigir campañas específicas utilizando medios de comunicación alemanes, como revistas de viaje, programas de televisión y plataformas digitales populares. Estos canales permiten seguir promoviendo las Islas Canarias como un destino de cruceros atractivo, destacando en sus ventajas.

También, el desarrollo de paquetes turísticos temáticos y personalizados son capaces de atraer diferentes segmentos del mercado alemán. Estos paquetes no solo diversifican la oferta, sino que también responden a las preferencias e intereses específicos de los turistas alemanes.

Por último, otra táctica importante es la participación activa en ferias y eventos turísticos. En Alemania, por ejemplo, se encuentra una de las ferias líderes de turismo "ITB Berlín" que se celebra anualmente. Lo más interesante de estas ferias es poder establecer relaciones con tour operadores u otros intermediarios que una vez en sus países de origen puedan a su

vez promocionar las islas, debido a que esto genera un mayor impacto que el visitante como individuo que busca encontrar un nuevo destino al que desea viajar.

De hecho, las Islas Canarias como marca llevan participando varios años. A destacar su participación en 2023, año en el que se ganó el Premio al Mejor Expositor (BEA) otorgado por la CBS International Business School gracias al diseño innovador y sostenible del puesto (RTVC, 2023).

En cuanto al 2024, la estrategia en Alemania se enfoca en promover a Canarias como un destino natural con un clima agradable durante todo el año, perfecto para actividades al aire libre. La isla también destaca por su patrimonio único y su rica y original gastronomía, entre otros atractivos. Además, se busca atraer a turistas alemanes activos y con un poder adquisitivo medio-alto. Canarias cierra 2023 con cifras positivas en facturación del mercado alemán, alcanzando los 3.635 millones de euros, un 21,1% más que en 2019 (3.002 millones de euros), a pesar de recibir un 3,8% menos de turistas alemanes, totalizando 2,5 millones. En definitiva, la estrategia se orienta hacia un turismo de mayor calidad, enfocado en aumentar el gasto turístico y no el número de visitantes, promoviendo además la sostenibilidad con turistas concienciados (Turismo de las Islas Canarias, 2024).

5.4. ESTRATEGIAS SOSTENIBLES

Aunque el interés por la conservación del planeta comenzó en décadas anteriores, es en el siglo XXI cuando el ecologismo ha tenido una influencia cada vez mayor en la sociedad y en la toma de decisiones. Un ejemplo claro de esto es la declaración de “emergencia climática”, adoptada por un número cada vez mayor de instituciones y ciudades en todo el mundo. Esto refleja el creciente interés que esta realidad despierta entre las nuevas generaciones (Millet, E., 2021).

En la actualidad, se han desarrollado numerosas estrategias y planes sostenibles con el objetivo de lograr un impacto cero en el medio ambiente y en las sociedades locales. Un ejemplo destacado a nivel mundial es la creación de la Agenda 2030 de la ONU en 2015 (ONU, 2015).

A partir de entonces, muchas empresas comenzaron a implementar cambios en sus políticas. A continuación, se profundizará especialmente en las iniciativas tomadas por la línea de cruceros AIDA, que pueden servir como modelo a seguir para otras líneas de cruceros con objetivos similares.

AIDAnova (2018) y AIDAcosma (2022), pertenecientes a la línea de cruceros AIDA operada por Carnival Corporation & Plc., son los nombres de los primeros cruceros del mundo propulsados por Gas Natural Licuado (GNL), el combustible fósil más limpio que reducirá las emisiones en puertos y en mar gracias a sus motores de doble combustible.

Además del uso del combustible GNL para cruceros, Grupo Costa y, en su conjunto, Carnival Corporation se han posicionado como líderes de la industria por ser pioneros en la utilización del Sistema Avanzado de Calidad del Aire (AAQS) en las zonas próximas al crucero. Considerado un hito para la protección del medio ambiente, el AAQS está ya instalado en más del 70 por ciento de los barcos de la flota del Grupo Costa y Carnival Corporation. El uso de GNL y la implantación del AAQS juegan un papel fundamental en la mejora de las operaciones marinas del Grupo (Travel Manager, 2019).



Figura 11: Eje cronológico sobre acontecimientos en la compañía de cruceros AIDA. Fuente Cofalka, V. 24 de abril de 2024. Nuestro camino hacia unas emisiones netas cero desde las operaciones del buque. AIDA Cruises. Ponencia presentada en 1ª Jornada de Turismo de Cruceros y Sostenibilidad. Cátedra de Economía Azul, Universidad de La Laguna. Buque AIDAcosma. Santa Cruz de Tenerife, España.

Como se puede observar en el eje cronológico anterior, AIDA Cruises está buscando convertirse a medio y largo plazo en una empresa con impacto cero en el medio ambiente mediante tres acciones principales:

- Uso del suministro eléctrico en tierra
- Utilización de movilidad eléctrica en el mar con sistemas de almacenamiento de baterías
- Empleo de biocombustibles

Estas acciones no se limitan únicamente al ámbito operativo y de ingeniería de los buques, sino que también incluyen operaciones a bordo y consideran la responsabilidad y el compromiso social (Cofalka, V., 2024):

- Uso responsable de alimentos y agua
- Reciclaje y gestión de residuos
- Creación del puesto de Oficial de Medio Ambiente
- Sustitución de objetos de plástico de un solo uso

- Colaboración con socios locales en cada destino
- Compromiso social a través de AIDA Cruise & Help

Carnival Corporation & Plc. no es el único grupo que está llevando a cabo acciones sostenibles. Otras líneas de cruceros también están comprometidas a implementar prácticas más sostenibles (Espiau Moreno, L. M., 2024). Véase, por ejemplo, las siguientes acciones que se están llevando a cabo:

- Plantas de tratamiento de aguas residuales y producción de agua dulce
- Sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado inteligentes "Smart HVAC" y bucles de recuperación de calor "Heat Recovery Loops"
- Implementación de sistemas diseñados para proteger la vida marina, como la reducción voluntaria de la velocidad del buque en áreas sensibles y sistemas de reducción de ruido y vibración submarinos
- Compras sostenibles de productos locales, protectores solares respetuosos con los arrecifes, envases reutilizables, productos biodegradables o sistemas de recarga
- Organización de excursiones en tierra con proveedores locales para planificar de manera sostenible el flujo turístico en los destinos

Estas iniciativas muestran un compromiso creciente por parte de empresas de la industria de cruceros para mejorar su impacto ambiental y social, implementando prácticas sostenibles en todos los niveles de sus operaciones.

6. CONCLUSIONES

El análisis del turismo alemán de cruceros en las Islas Canarias revela un potencial significativo para el crecimiento sostenible de esta industria en el archipiélago.

En 2019, las Islas Canarias recibieron 2.553.721 cruceristas, aunque en 2021, debido a la pandemia, el número de visitantes cayó un 70,46% con tan solo 753.229 cruceristas. No obstante, en menos de dos años, el turismo de cruceros se ha recuperado significativamente, superando los niveles prepandémicos con un aumento del 246,41%.

Este sector, que ha mostrado una notable capacidad de recuperación después de la pandemia, enfrenta varios desafíos. La sostenibilidad, definida por la ONU como satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las de futuras generaciones, es un principio clave que debe guiar el desarrollo del turismo de cruceros. El turismo de cruceros, al ser una importante fuente de ingresos y empleo, también tiene un impacto económico, social y ambiental significativos que requieren una buena gestión.

El panorama general muestra un crecimiento constante en el número de pasajeros de cruceros en Canarias y se prevé que esta tendencia continúe en el futuro. Pero a pesar de que los alemanes representan una parte significativa del mercado de cruceros, Canarias no es un destino tan demandado para ellos en comparación con otros destinos europeos.

El turismo de cruceros en las Islas Canarias no solo ofrece oportunidades económicas, sino que también puede mejorar la infraestructura turística y promover el desarrollo del archipiélago. Para maximizar los beneficios económicos y minimizar el impacto negativo, es importante llevar a cabo una buena gestión. Esto asegurará un futuro sostenible para esta industria clave en la región.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BBC, 2017 = BBC. 1 de junio de 2017. *Turismofobia: Barcelona y otras ciudades en pie de guerra contra el turismo de masas*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-40107507> última consulta: 10 de junio de 2024.
- CLIA Europe, 2023 = CLIA Europe. 28 de abril de 2023. *CLIA 2022 Europe Market Report*. https://europe.cruising.org/knowledge_hub/clia-2022-europe-market-report/, última consulta: 10 de junio de 2024.
- CLIA, 2023. = CLIA. *State of the Cruise Industry Report 2023*. Cruise Line Industry Association. <https://cruising.org/en-gb/news-and-research/research/2023/march/2023-state-of-the-cruise-industry-report>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Cofalka, V. 2024 = Cofalka, V. 24 de abril de 2024. *Nuestro camino hacia unas emisiones netas cero desde las operaciones del buque*. AIDA Cruises. Ponencia presentada en 1ª Jornada de Turismo de Cruceros y Sostenibilidad. Cátedra de Economía Azul, Universidad de La Laguna. Buque AIDAcosma. Santa Cruz de Tenerife, España. Última consulta: 10 de junio de 2024.
- Consejo de la Unión Europea. s.f. = Consejo de la Unión Europea. s.f. *Objetivo 55*. <https://www.consilium.europa.eu/es/politicas/green-deal/fit-for-55/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Dolz, L., 2021 = Dolz, L. 27 de octubre de 2021. *Cruceros postCOVID: digitalizados y en busca de experiencias inmersivas*. Diariodelpuerto. <https://www.diariodelpuerto.com/opinion/cruceros-postcovid-digitalizados-y-en-busca-de-experiencias-inmersivas-EC5040475>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- EducaFP, 2022 = EducaFP. 20 de enero de 2022. *Las 7 características del turista del siglo XXI*. EducaFP. <https://educafp.com/las-7-caracteristicas-del-turista-del-siglo-xxi/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- El Apurón, 2024 = El Apurón. 8 de junio de 2024. *El Cabildo y Puertos marcan una hoja de ruta para mejorar la atención y servicios a los cruceros en la Isla*. <https://elapuron.com/noticias/economia/187790/cabildo-puertos-marcan-una-hoja-ruta-mejorar-la-atencion-servicios-los-cruceros-la-isla/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- EIDiario, 2024 = EIDiario.es. 6 de abril de 2024. *El impacto económico del turismo de cruceros se sitúa en 9.500 millones en España*. EIDiario.es. https://www.eldiario.es/canariasahora/turismo/impacto-economico-turismo-cruceros-situa-9-500-millones-espana_1_11269236.html, última consulta: 10 de junio de 2024.

- Enterat.com, 2024 = Enterat.com. *Países más visitados del mundo 2024 (ranking de turismo)*. Enterat.com. https://www.enterat.com/ocio/paises-mas-visitados-mundo.php#google_vignette, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Erasmí Tovar, B., 2024 = Erasmí Tovar, B. 24 de abril de 2024. *Impacto económico, social y medioambiental de la industria de cruceros en Canarias*. Ponencia presentada en 1ª Jornada de Turismo de Cruceros y Sostenibilidad. Cátedra de Economía Azul, Universidad de La Laguna. Buque AIDAcosma. Santa Cruz de Tenerife, España.
- Espiou Moreno, L. M., 2024 = Espiou Moreno, L. M., 24 de abril de 2024. *Cruceros sostenibles: navegando hacia un futuro responsable*. Puertos de Tenerife. Ponencia presentada en 1ª Jornada de Turismo de Cruceros y Sostenibilidad. Cátedra de Economía Azul, Universidad de La Laguna. Buque AIDAcosma. Santa Cruz de Tenerife, España.
- Gaceta Náutica, 2024 = Gaceta Náutica. 24 de enero de 2024. *Récord de cruceristas en 2023: 12 millones*. Mallorca Press. <https://www.gacetanautica.es/noticias/record-de-cruce-ristas-en-2023-12-millones>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- García Lis, A., 2022 = García Lis, A. 3 de febrero de 2022. *El turismo de cruceros y su impacto en los destinos*. Pacto Mundial. <https://www.pactomundial.org/tribuna/el-turismo-de-cruce-ros-y-su-impacto-en-los-destinos/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- García, J., 2023 = García, J. 18 de septiembre de 2023. *Cruceros de invierno: Ventajas, desventajas, y cómo encontrar el mejor*. Cruceroadicto.com. <https://cruce-roidicto.com/cruceros-de-invierno-ventajas.html>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- García, J., 2024 = García, J. 15 de enero de 2024. *¿Cómo es y qué busca el crucerista en 2024?* Ponencia presentada en Fitur Cruises de FITUR
- Gobierno de Canarias, 2023a = Canarias lideró la recuperación turística nacional en 2022 con 16.961 millones de euros, un 35,5% del PIB regional. (s. f.). *Turismo de las Islas Canarias*. <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/canarias-lidero-la-recuperacion-turistica-nacional-en-2022-con-16961-millones-de-euros-un/#:~:text=2023%20%2D%2014%3A30-.Canarias%20lider%C3%B3%20la%20recuperaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20nacional%20en%202022%20con%2016.961,35%2C5%25%20del%20PIB%20regi-onal>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Gobierno de Canarias, 2023b = Gobierno de Canarias. 2023. *Características climáticas de las Islas Canarias*. https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/files/formidable/6/cd-04-0000020-clima-climacanarias_v.pdf, última consulta: 10 de junio de 2024.

- Gobierno de Canarias, s. f. = Gobierno de Canarias (s. f.). *Actividades turísticas* https://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html, última consulta: 10 de junio de 2024.
- González, P., Del Carmen, M., García, J., & Mercedes, M., 2010 = González, P., Del Carmen, M., Garcia, J., & Mercedes, M. 2010. *El papel del turismo de cruceros como elemento dinamizador y vertebrador del territorio en el sur de la unión europea*. OpenEdition Books License. <https://doi.org/10.4000/books.pupvd.34259>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Growth, Cruise Market Watch, 2024 = Growth. *Cruise Market Watch*. 2024. <https://cruisemarketwatch.com/growth/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Hinton, T., 2022 = Hinton, T. 21 de noviembre de 2022. Los británicos y los alemanes tienden por igual a planificar sus vacaciones con meses de antelación. *Statista Daily Data*. <https://es.statista.com/grafico/28794/los-britanicos-y-los-alemanes-tienden-por-igual-a-planificar-sus-vacaciones-con-meses-de-antelacion/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Hosteltur, 2023 = Hosteltur. 10 de julio de 2023. *Los puertos donde más recalarán los cruceros en 2023*. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/157695_los-destinos-turisticos-que-visitaran-mas-cruceros-en-2023.html, última consulta: 10 de junio de 2024.
- INE, 2024 = INE - Instituto Nacional de Estadística. 2 de febrero de 2024. Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) <https://www.ine.es/dynqs/Prensa/FRONTUR1223.htm>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- INE, s.f. = INE. Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). *Glosario de conceptos*. <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=5350&op=16023&p=1&n=20#:~:text=Es%20aquel%20viaje%20con%20fines,de%20entretenimiento%2C>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- ISTAC 1, 2024 = Instituto Canario de Estadística. 2024. *Pasajeros en los aeropuertos de las islas de Canarias según movimientos, servicios y principales territorios de escala. Canarias por periodos de referencia*. Banco de datos. (s. f.). https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=query&agencyId=ISTAC&resourceId=C00017A_000010#visualization/lin, última consulta: 10 de junio de 2024.
- ISTAC 2, 2024 = Instituto Canario de Estadística. 2024. *Tráfico marítimo de pasaje de Puertos del Estado por puertos de Canarias y periodos*. <https://www3.gobiernodecanarias.org/aplicaciones/appsistac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:c6a663ac-6000-40da-94fb->

- [c9b154830c9d&uripub=urn:uuid:35717f3f-feaf-4be6-8487-722ff4757eec](https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2023/Paginas/En-2022-visitaron-Espa%C3%B1a-71,6-millones-de-turistas-internacionales-que-realizaron-un-gasto-de-87.061-millones-de-euros.aspx), última consulta: 10 de junio de 2024.
- Maroto, R., 2023 = Maroto, R. 2 de febrero de 2023. *La extraordinaria recuperación del turismo internacional en 2022 muestra la fortaleza del sector y la eficacia de las medidas adoptadas por el Gobierno*. Ministerio de Industria y Turismo <https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2023/Paginas/En-2022-visitaron-Espa%C3%B1a-71,6-millones-de-turistas-internacionales-que-realizaron-un-gasto-de-87.061-millones-de-euros.aspx>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Martínez, E., 2022 = Martínez, E. 19 de agosto de 2022. *La historia del turismo: 15 sucesos importantes*. Entorno Turístico. [https://www.entornoturistico.com/los-15-sucesos-que-modificaron-la-historia-del-turismo/#Primeros turistas de la historia](https://www.entornoturistico.com/los-15-sucesos-que-modificaron-la-historia-del-turismo/#Primeros_turistas_de_la_historia), última consulta: 10 de junio de 2024.
- Mikue, A., 2023 = Mikue, A. 2 de octubre de 2023. Por qué el 27 de septiembre se celebra el Día Mundial del Turismo, un sector que representa el 9% del PIB mundial. *Newtral*. <https://www.newtral.es/sector-turismo/20230927/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Millet, E., 2021 = Millet, E. 7 de junio de 2021. *¿Cuándo nos empezó a preocupar el planeta?* La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-antigua/20210605/7497289/cuando-empezo-preocupar-planeta.html>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Miramarcruceiros, 2014 = Miramar Cruceros. 13 de agosto de 2014. *Cuál fue el primer crucero de la Historia*. <https://www.miramarcruceiros.com/blog/el-primer-crucero-de-la-historia>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Navarro, F., 2023 = Navarro, F. 2 de agosto de 2023. *El primer crucero de la historia*. Muy Interesante. <https://www.muyinteresante.com/historia/61073.html>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- OMT, s.f. = Organización Mundial del Turismo. S.f. *Glosario de términos de turismo* <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- ONU Turismo, 2023 = Organización de Naciones Unidas. 10 de noviembre de 2023. La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial. *ONU Turismo*. <https://www.unwto.org/es/news/La-importancia-del-turismo-para-el-crecimiento-se-destaca-en-el-informe-Perspectivas-de-la-Econom%C3%ADa-Mundial>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- ONU, 2015 = Organización de Naciones Unidas. 25 de noviembre de 2015. *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. ONU.

- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- ONU, s.f. = Organización de Naciones Unidas. S.f. = United Nations. (s. f.). Sostenibilidad | Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Orús, A., 2024 = Orús, A. (4 de enero de 2024). *Tema: El turismo en Canarias*. Statista. <https://es.statista.com/temas/4115/el-turismo-en-canarias/#editorsPicks>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Pacheco, F., 2023 = Pacheco, F. 9 de agosto de 2023. *Cruceros sostenibles: soluciones para combatir los desafíos medioambientales marítimos*. El Español. https://www.elespanol.com/enclave-ods/opinion/20230810/cruceros-sostenibles-soluciones-combatir-desafios-medioambientales-maritimos/785551446_13.html, última consulta: 10 de junio de 2024.
- pano 2012. Estacionalidad. *Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas* (pp. 268-270). Última consulta: 10 de junio de 2024.
- Paula Sosa, J.R., 2022 = Paula Sosa, J. R. 1 de enero de 2022. *Cruceros, cruceristas y turismo: realidad para los destinos visitados*. Adompretur. <https://adompretur.com/2022/01/01/cruceros-y-cruceistas-y-turismo-realidad-para-los-destinos-visitados/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Portillo, S. R., 2021 = Portillo, S. R. 18 enero de 2021. *Cuánto contamina un crucero*. Ecologiaverde.com. https://www.ecologiaverde.com/cuanto-contamina-un-crucero-3201.html#anchor_0 última consulta: 10 de junio de 2024.
- Rodríguez, J., 2023 = Rodríguez, J. 4 de diciembre de 2023. *Canarias depende del turismo más que nunca en toda su historia*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/canarias/2023/12/04/canarias-depende-del-turismo-mas-que-nunca-en-toda-su-historia-ser-las-palmas/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- RTVC, 2023 = RTVC. 10 de marzo de 2023. *Islas Canarias, mejor stand de Europa en la ITB Berlín*. Radio Televisión Canaria. <https://rtvc.es/islas-canarias-mejor-stand-de-europa-en-la-itb-berlin/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Smart Travel News, 2021 = Smart Travel News. 22 octubre 2021. *#CITCA21: La digitalización es la clave para adaptarse al nuevo viajero de cruceros*. <https://www.smarttravel.news/citca21-la-digitalizacion-es-la-clave-para-adaptarse-al-nuevo-viajero-de-cruceros/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Solocruceros.com, 2024 = Solocruceros.com. 4 de abril de 2024. *Breve historia de los cruceros*. <https://www.solocruceros.com/blog/historia-de-los-cruceros/#:~:text=El%20primer%20crucero%2C%20que%20puede,impulsaba%20por%20vapor%20y%20ruedas>, última consulta: 10 de junio de 2024.

- Statista, 2023 = Statista. 12 de septiembre de 2023. Principales países emisores de cruceristas en Europa en 2022. <https://es.statista.com/estadisticas/569520/principales-paises-emisores-de-cruce-ristas-en-europa/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Statista, 2024 = Statista. 13 de marzo de 2024. Principales países de origen de los turistas en Canarias en 2023. <https://es.statista.com/estadisticas/521911/numero-de-turistas-internacionales-en-canarias-por-pais-de-residencia/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Travel Manager, 2019 = Travel Manager. 29 de mayo de 2019. *Así es el primer crucero propulsado por GNL.* Revista Travel Manager. <https://revistatravelmanager.com/crucero-gas/>, última consulta: 10 de junio de 2024.
- Turismo de las Islas Canarias, 2024 = Turismo de las Islas Canarias. 29 de febrero de 2024. *Canarias acude a la ITB con una facturación del mercado alemán un 21% superior a la de 2019 con menos turistas.* [https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/canarias-acude-la-itb-con-una-facturacion-del-mercado-aleman-un-21-superior-la-de-2019/#:~:text=El%20destino%20Islas%20Canarias%20acude,\(3.059%20millones%20de%20euros\)](https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/canarias-acude-la-itb-con-una-facturacion-del-mercado-aleman-un-21-superior-la-de-2019/#:~:text=El%20destino%20Islas%20Canarias%20acude,(3.059%20millones%20de%20euros)) última consulta: 10 de junio de 2024.
- Vayacruceiros, 2018 = Vayacruceiros. 15 de agosto de 2018. *¿Cuántos tipos de cruceros hay y cuáles son?* Blog Cruceros. Guía de Cruceros. <https://blog.vayacruceiros.com/conoce-los-diferentes-tipos-de-cruceiros.htm/>, última consulta: 10 de junio de 2024.