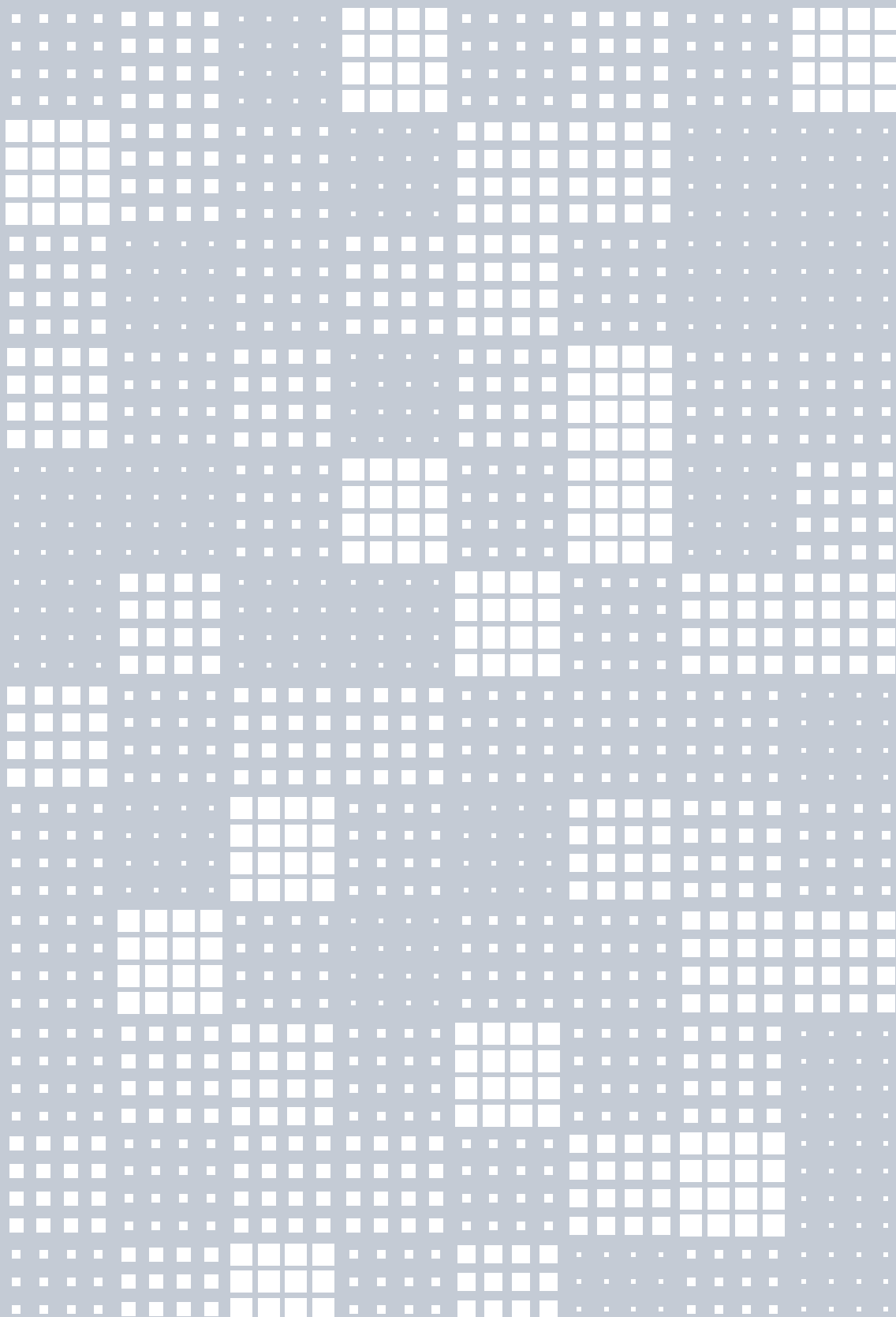
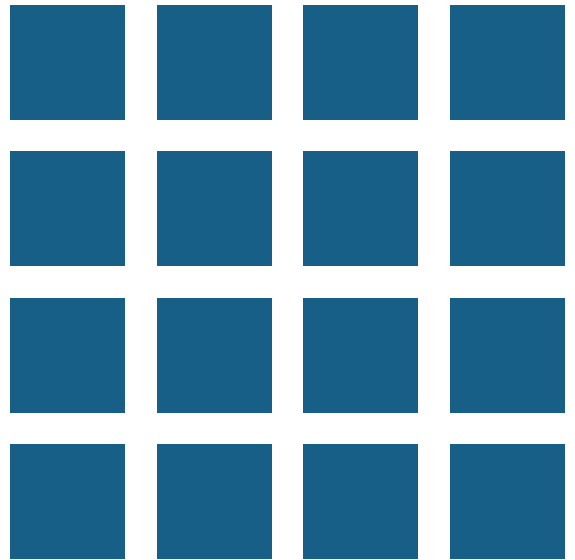
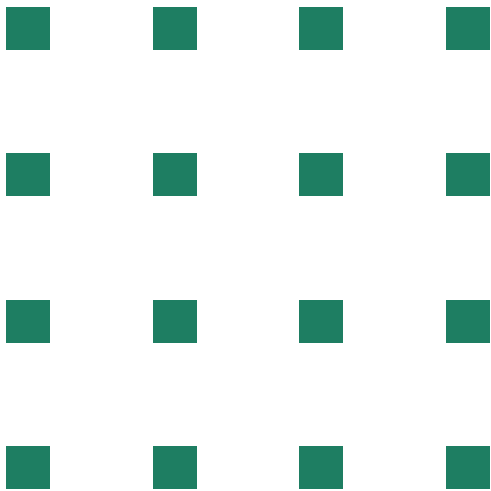
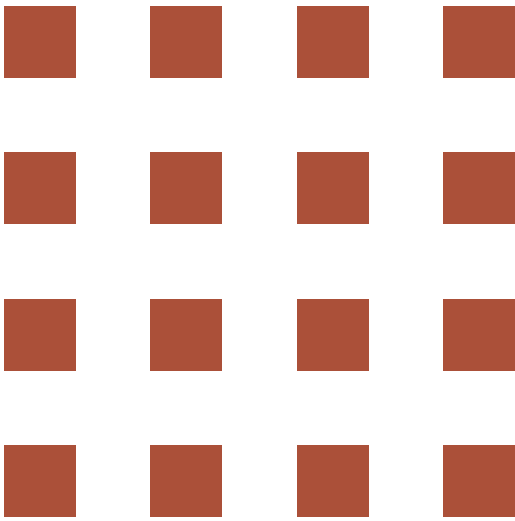


GOBERNANZA, COMUNIDADES SOSTENIBLES Y ESPACIOS PORTUARIOS

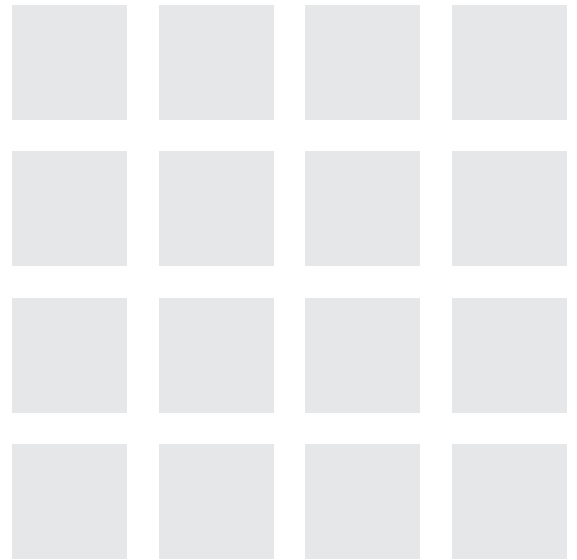
Dirección: JUAN A. MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ | MARIO PINEDA FALCONETT





GOBERNANZA, COMUNIDADES SOSTENIBLES Y ESPACIOS PORTUARIOS

Dirección: JUAN A. MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ | MARIO PINEDA FALCONETT



GOBERNANZA, COMUNIDADES SOSTENIBLES Y ESPACIOS PORTUARIOS

Dirección: JUAN A. MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ | MARIO PINEDA FALCONETT

EQUIPO DE TRABAJO

Dirección Ejecutiva

Juan Antonio Márquez Domínguez
Catedrático de Análisis Geográfico Regional
Universidad de Huelva

Mario Pineda Falconett
Profesor Titular de Geografía Física
Universidad de Panamá

Coordinación Ejecutiva

José Manuel Jurado Almonte
Profesor Titular de Análisis Geográfico Regional
Universidad de Huelva

Olmedo García Chavarría
Decano de la Facultad de Humanidades
Universidad de Panamá

Secretaría

Ángel Luis Cepas Díaz
Universidad de Huelva

Nerelis Batista
Universidad de Panamá

Xenia Batista Jiménez
Universidad de Panamá

Gionella Bardales
Universidad de Panamá

Saturnino de Gracia
Universidad de Panamá

Redacción

Autores según índice de créditos

© Asociación de Geógrafos Españoles (AGE), 2023

EDITORES CIENTÍFICOS

Juan A. Márquez Domínguez y Mario Pineda Falconett

PATROCINADORES DE LA EDICIÓN

Diputación Provincial de Huelva
Universidad de Huelva
Universidad de Panamá

Instituto de Desarrollo Local, G.I., I.D.L. 260

ISBN papel

978-84-126292-0-0

ISBN ebook

978-84-126292-0-0

Depósito Legal

M-2145-2023

DOI

<https://doi.org/10.21138/dl/2023.lc>

AÑO DE EDICIÓN

2023

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Art&maña Publicitaria (artimana.com)

Qr de descarga



Reservados todos los derechos. Salvo excepción prevista por la ley, no se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos conlleva sanciones legales y puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

Las opiniones y juicios de valor de los textos son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

01	PRESENTACIÓN. METAVERSO Y ESPACIOS VIRTUALES	9
	García García, Juan A. y Márquez Domínguez, Juan A.	
02	CONGRESOS INTERNACIONALES DE DESARROLLO LOCAL Y ODS	15
	Jurado Almonte, José M. y García Chavarría, Olmedo	
03	DESARROLLO LOCAL, LUGAR Y MUNICIPIOS FELICES	45
	Márquez Domínguez, Juan A. y Pineda Falconett, Mario	
04	EL FUTURO DE LA GOBERNABILIDAD EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE ANTE LAS OPINIONES DE LA CIUDADANÍA SOBRE LAS RESPUESTAS AL COVID-19	65
	Acuña-Alfaro, Jairo y Sapienza, Emanuele	

EJE 1 GOBERNANZA Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Coordinadores	79
Trabajos seleccionados y autores	81

EJE 2 COMUNIDADES SOSTENIBLES

Coordinadores	479
Trabajos seleccionados y autores	481

EJE 3 ESPACIOS PORTUARIOS

Coordinadores	1161
Trabajos seleccionados y autores	1163



3.1 Aportaciones del Turismo de Cruceros al Desarrollo Local de Cartagena (Murcia, España)

Francisco José Morales Yago

fjmorales@geo.uned.es

María José Cuesta Aguilar

mjcuesta@ujaen.es

José Manuel Jurado Almonte

jurado@uhu.es

RESUMEN

La llegada de cruceros al puerto de Cartagena (Murcia, España) se ha convertido en pocos años en uno de los recursos turísticos de más valor añadido para la ciudad y su área de influencia. De hecho, Cartagena ha ascendido rápidamente entre los diez puertos españoles con más turistas de cruceros. A lo largo de 2022 llegaron a la ciudad un total 186 cruceros con un volumen de 275.554 pasajeros y un valor de gasto estimado superior a los 11 millones de euros, según cálculos de gasto medio por crucerista realizados por la Autoridad portuaria.

El análisis de estadísticas, entrevistas en profundidad y cuestionarios proporcionarán un análisis y diagnóstico DAFO que mostrará el impacto de esta actividad y la explicación de las razones por las que Cartagena, su puerto y ciudad, se han convertido en un relevante destino turístico. La proyección futura de este producto turístico aconseja unas propuestas de actuación de cara al binomio puerto/ciudad y, especialmente, para el caso del casco histórico. Ello obliga a profundizar en el planeamiento urbano

y estratégico de esta milenaria ciudad, como también en la planificación procedente de la propia Autoridad portuaria. Esta investigación apuesta por la existencia de un desarrollo sostenible de la actividad turística y portuaria, así como del espacio urbano y su área circundante que alberga un relevante patrimonio cultural, arqueológico y paisajístico que, junto a las bondades del clima mediterráneo, permite la visita a la ciudad a lo largo de cualquier estación del año.

PALABRAS CLAVE

Turismo de cruceros, planeamiento urbano, patrimonio cultural, Cartagena.

ABSTRACT

The arrival of cruise ships at the port of Cartagena (Murcia, Spain) has become in a few years one of the most value-added tourist resources for the city and its area of influence. In fact, Cartagena has risen rapidly among the top ten Spanish ports with the most cruise tourists. Throughout 2022, a total of 186 cruise ships arrived in the city with a volume of 275,554 passengers and an estimated cost value of more than 11 million euros, according to calculations of average cost per cruise passenger made by the Port Authority.

The analysis of statistics, in-depth interviews and questionnaires will provide a SWOT analysis and diagnosis that will show the impact of this activity and the explanation of the reasons why Cartagena, its port and city, have become a relevant tourist destination. The future projection of this tourist product recommends some action proposals for the port/city pairing and, especially, for the case of the historic quarter. This forces us to delve into the urban and strategic planning of this thousand-year-old city, as well as into the planning coming from the Port Authority itself. This research is committed to the existence of a sustainable development of tourist and port activity, as well as the urban space and its surrounding area that houses a relevant cultural, archaeological and landscape heritage that, together with the benefits of the Mediterranean climate, allows visits to the city throughout any season of the year.

KEYWORDS

Cruise tourism, urban planning, cultural heritage, Cartagena

1. INTRODUCCIÓN

Cartagena, ciudad objeto de nuestro estudio, se sitúa en la Región de Murcia y alberga una población de 219.214 habitantes a 1 de enero de 2022, lo que la convierte en la segunda más populosa de esta Comunidad Autónoma. Presenta un enclave geográfico de alto valor estratégico por las características naturales del puerto, que podrían resumirse en un profundo calado bordeado de formaciones montañosas de una acusada pendiente (Grandal, 2010). Es una ciudad con más de dos milenios de historia que ha mantenido diversas funciones siempre arraigadas a su puerto: minería, astilleros, industria química, militar, comercial, universitaria y, la más reciente, la turística. Posee una importante empleabilidad y transformación del paisaje urbano, incidiendo tanto en la actividad constructiva como en la ampliación de la oferta turística en hostelería, restauración, comercio o empleos directos en museos, agencias de viajes, etc. (Jiménez y Morales, 2019).

Frente a la percepción que se tenía del turismo como una actividad variable sujeta a la temporalidad y los ciclos económicos, se comprueba que el turismo está adquiriendo una mayor importancia y solidez en Cartagena (Morales, 2016), donde se ha experimentado uno de los mayores crecimientos de la actividad turística desde comienzos del siglo XXI en toda la Región de Murcia (Vera, 2005; Martínez, 2015). A ello ha contribuido, de una manera decisiva y en tiempos muy recientes, la llegada de cruceros desde 2007 al igual que ha sucedido en otros espacios turísticos como Valencia (Sanz y Zhelyazkova, 2004), Islas Baleares (Luna, 2015), Canarias (Tovar, Espino y López, 2020) y, en otros países mediterráneos (Brida, Riaño y Zapata, 2012)

La transformación del puerto para la recepción de cruceros turísticos, la progresiva recuperación de la ciudad cartaginesa-romana, la amplia oferta museística y la programación de actos culturales, así como el plan de rehabilitación de fachadas promovido por el Ayuntamiento con ayudas de fondos europeos, junto al necesario crecimiento de la capacidad hotelera y de restauración, han sido iniciativas promovidas en Cartagena que se han convertido en un gran revulsivo para el visitante tanto de cruceros como del procedente del entorno turístico del Mar Menor o de regiones limítrofes de Andalucía, como Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana.

2. PRINCIPALES INDICADORES DEL TURISMO CRUCERISTA EN CARTAGENA

El turismo de cruceros es una modalidad reciente en España (Perea, Andrade y Rosa, 2018). Puede entenderse como un tipo de resort en constante movimiento que va realizando escalas por los destinos programados en una ruta (Besculindes, Lee y McCormick, 2002). Una de las ofertas de cruceros que más ha crecido ha sido la que ofrece itinerarios por el Mediterráneo (Garay y Cànoves, 2012) consolidándose en los últimos años (Cerchiello, 2017) y concentrando el 30% del turismo mundial de cruceros (Brida, Riaño y Zapata, 2012).

A partir de los años 80 del pasado siglo XX, el segmento del turismo de cruceros inicia un incremento progresivo (Paniagua, 2005), llegando a obtener una posición destacada en cuanto a turismo y ocio (Brida, Chiappa, Meleddu y Pulina, 2014). La estacionalidad tiene una marcada influencia en esta modalidad turística y en determinados espacios geográficos (Fernández y Mayorga, 2018), por lo que es en verano cuando se concentra la mayor cantidad de cruceros en nuestras latitudes (Esteve, García y Gutiérrez, 2014). Para tratar de minimizar el efecto de estacionalidad, en periodos de baja actividad se emprenden estrategias comerciales con ofertas de viaje aptas para casi todas las economías (Elliot y Choi, 2011), y no en exclusiva para clases medias y altas (Buades, 2015), así como intensas campañas de marketing que han ayudado a ampliar la demanda (Bigné, Font, y Andreu, 2000).

La terminal de Cartagena está ubicada en la dársena del puerto, en la parte exterior del puerto deportivo y junto al edificio del Club de regatas. Es un lugar idóneo por su proximidad con el centro de la ciudad y la zona lúdica del muelle, existiendo un profundo calado de sus aguas y una facilidad de maniobra en esta zona costera. Con una plataforma de 700 metros de línea de atraque y un calado de 11,25 metros, el puerto de Cartagena puede recibir la escala de los buques más grandes existentes en la actualidad, albergando escalas simultáneas de dos cruceros de hasta 330 metros de eslora. Además, ofrece una explanada de más de 4.500 m² y dos diques para el amarre de los buques. Dispone de aparcamientos para autobuses, parada de taxis, puntos de información, y todos

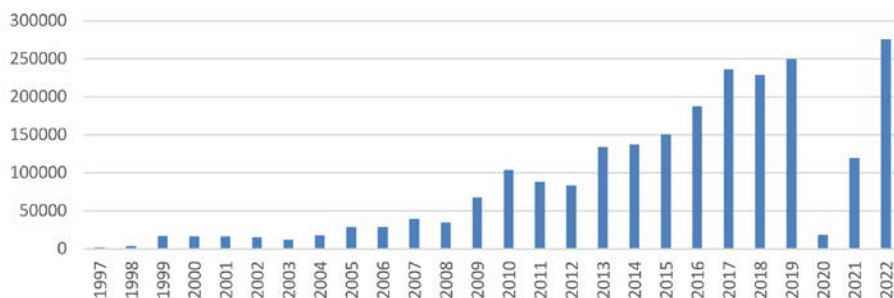
los servicios necesarios para que los turistas tengan una agradable llegada a la ciudad. Asimismo, está conectada con el muelle antiguo “Alfonso XII”.

La transformación sufrida por este muelle en los últimos años lo ha llevado a convertirse en un importante referente comercial, lúdico y cultural de la ciudad. Alberga, además, un aparcamiento subterráneo situado junto a la Muralla de Carlos III, catalogada como Bien de Interés Cultural.

Los cruceros son uno de los principales proveedores de visitantes a la ciudad de Cartagena, que generalmente permanecen un día en la ciudad y buscan contemplar los vestigios arqueológicos e históricos, disfrutar de un ambiente mediterráneo y saborear la gastronomía local.

En la figura 2 se puede observar cómo desde 1997 hasta 2022 se ha producido un importante incremento del número de cruceristas en Cartagena. En 1997 se contaba con un total de 2.401 viajeros, cifra que ha ido incrementándose de forma acentuada un hecho decisivo para la economía urbana. Hay que hacer constar que no es debido a la existencia de un crecimiento exponencial del número de cruceros, sino más bien de un aumento de plazas ya que los buques que últimamente están llegando a la ciudad son de mayor capacidad. La crisis sanitaria ocasionada por la pandemia de la COVID-19 supuso a partir de marzo de 2020 la cancelación de todos los cruceros, con lo que para ese año solamente llegaron entre enero, febrero y la primera

■ ■ ■ ■ : : : : Evolución de cruceristas en el puerto de Cartagena 1997-2022



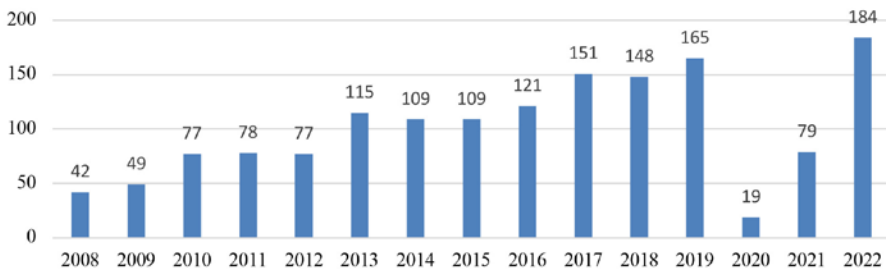
FUENTE: Elaboración propia. Autoridad portuaria de Cartagena (2022) .

quincena de marzo un total de 18.885 viajeros. En 2021 comenzó la reactivación con la llegada de 120.000. Finalmente, en 2022 con un total anual de 275.554 cruceristas se han batido todos los records y un nuevo avance tras la superación de la pandemia.

En relación con el número de cruceros que han llegado al puerto en el periodo de 2008 hasta 2022, observamos un incremento cuadruplicado, de tal forma que en 2008, arribaron 42 cruceros, mientras que en 2022 se alcanzó la cifra de 184 (Figura 3). Han atracado algunas de las empresas más importantes y de mayor relevancia como son MSC cruceros, Magnifica, Royal Princess y Norwegian Spirit, entre muchas otras. Paralelamente también destacamos la creación del consorcio “Amigos de los Cruceros”, formado por centros de restauración y ocio, en colaboración con el Ayuntamiento de Cartagena y la Cámara de Comercio, con la finalidad de obtener un mayor aprovechamiento económico del turismo de cruceros. Cuando un crucero de más de 3.000 pasajeros o varios que suman esa cantidad atracan en el puerto, los integrantes de esta asociación abren sus comercios en busca de rentabilidad económica e intentan sumar esfuerzos para conseguir un mayor posicionamiento de Cartagena como una emergente ciudad de cruceros (Millán, 2013).

Pese a que este puerto estaba enfocado al transporte de mercancías, se puede observar la apuesta local por desarrollar el sector de cruceros a través

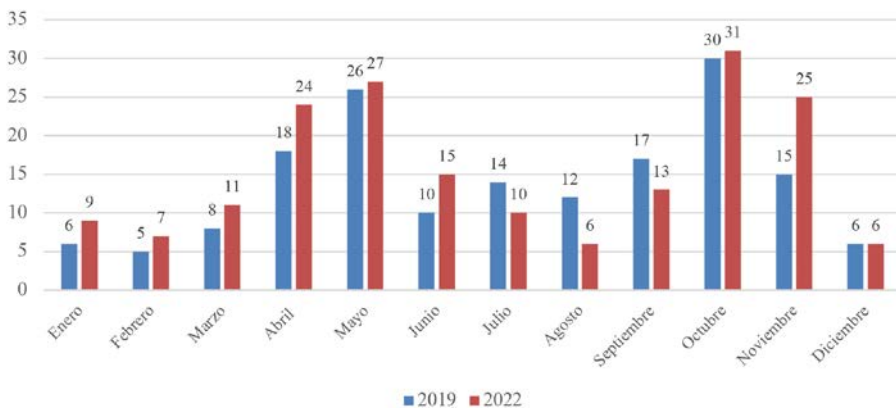
FIGURA 3 Evolución del número de cruceros en Cartagena (2008-2022)



FUENTE: Elaboración propia. Autoridad portuaria de Cartagena (2022).

de los grandes cambios producidos en su infraestructura logística y dique comercial. De hecho, en 2016 se realizó una inversión de 15,95 millones de euros por parte la autoridad portuaria. Esta obra aumentó la línea de atraque de la terminal para poder albergar dos cruceros al mismo tiempo, así como la adecuación del barrio de Santa Lucía y del Faro de Navidad. Esto ha generado que el puerto de Cartagena se posicione, según la misma fuente, hasta el séptimo puesto como más competitivo de España en el sector crucerista y es, por tanto, la causa de que se considere un puerto en auge, con mucho potencial (Esteve, García, y Gutiérrez, 2014). De esta manera, Cartagena se está convirtiendo en un importante destino turístico de cruceros, ya que sus escalas son cada vez más frecuentes y de mayor envergadura, compitiendo directamente con otros puertos próximos como Alicante, que recibió 120.033 pasajeros en 2022; o Almería, que sólo recibió 10.005, mientras que a Cartagena llegaron 275.554 en ese mismo año (Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, 2022).

■ ■ ■ ■ : : : : Llegadas mensuales de cruceros
FIGURA 4 a Cartagena (2019 y 2022)



FUENTE: Autoridad Portuaria de Cartagena; en <http://www.apc.es/webapc/actAPC/estadisticas>

3. METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos propuestos se utilizará una investigación de métodos mixtos (Plano-Clark & Ivankova, 2016). En el marco de la investigación evaluativa, de carácter ex-post-facto, se ha recurrido a la metodología de encuesta para conocer la percepción de los colectivos implicados en el desarrollo turístico de Cartagena (técnicos de turismo, autoridades políticas, miembros de colectivos, urbanistas y personal de museos). Con la finalidad de proporcionar una información contextualizada de los datos cuantitativos, se han realizado entrevistas semiestructuradas, recurriendo a la técnica de análisis de contenido para su evaluación. Se ha utilizado la triangulación de fuentes, contrastando la información procedente de las entrevistas, por una parte, y contrastando las distintas fuentes o colectivos de obtención de datos, por otra.

Para la aplicación de las entrevistas, se realizó una selección de personas expertas y conocedoras de Cartagena. Se asignó un código a cada una de los entrevistados de tal forma que fuese fácil identificar las opiniones de cada uno de los participantes, manteniendo el preceptivo anonimato (Tabla 1).

Finalmente, se lograron hacer 14 entrevistas a pesar del esfuerzo por conseguir algunas más, si bien nos llegamos a encontrar con algunas negativas. La muestra de informantes, su amplia experiencia y larga trayectoria profesional, así como la variedad de responsabilidades desempeñadas les hace expertos conocedores del sistema de organización del entorno turístico de Cartagena y su comarca. Estos rasgos distintivos, al igual que la diversidad de edades y funciones desempeñadas que, al proceder de fuentes variadas y complementarias, nos aseguran una información amplia y diversa. En general, los colectivos participantes se mostraron receptivos con el tema y muy conscientes de los cambios que se están produciendo en la sociedad y economía de la zona en la actualidad. Para analizar las respuestas se realizó una matriz que representa puntos clave para abordar el conjunto de los procesos estudiados. Las entrevistas se estructuraron mediante la realización de cuestiones referentes a la siguiente matriz (Tabla 2). Finalmente se obtuvo un diagnóstico actual mediante el uso de la técnica DAFO.


 Muestra seleccionada
 TABLA 1 de las entrevistas
 

Colectivo	N° Entrevistas	Código
Técnicos de Turismo: Ayuntamiento de Cartagena	2	TE1-TE2
Directores de museos de Cartagena	2	B01-B02
Miembros de la Asociación Casco Antiguo de Cartagena	2	DOY1-DOY2
Técnicos de Patrimonio: Ayuntamiento de Cartagena	2	RVY1-RVY2
Técnicos de Turismo: Ayuntamiento de Cartagena	2	AD1-AD3
Técnicos de Ordenación Urbana: Ayuntamiento de Cartagena	2	SI1-SI2
Especialistas en paisaje urbano (independientes)	2	PH1-PH2
TOTAL	14	

FUENTE: Elaboración propia (Marzo-abril, 2022).

El análisis DAFO es una herramienta eficaz para el estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades) en una matriz. Se trata de una herramienta para conocer de forma concisa la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto y, con ello, planear una estrategia de futuro. También permite la participación de distintos grupos de interés, ya que los participantes en las entrevistas son expertos o conocedores de la investigación llevada a cabo, lo que aporta suficientes garantías de fiabilidad en las respuestas, y ello se incrementa cuando las respuestas llegan a un índice de saturación alto (por encima del 90% de coincidencias). De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización. Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, colocan una seria advertencia (Tabla 2) e invitan a la puesta en marcha de acciones que mejoren las perspectivas poco satisfactorias al menos en la franja del Mediterráneo (Cerchiello, 2017).



TABLA 2

Matriz DAFO



	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	¿Qué oportunidades externas pueden ser aprovechadas por las fortalezas internas?	¿Qué amenazas externas pueden ser contrarrestadas por las fortalezas internas?
Debilidades	¿Qué oportunidades externas pueden ser aprovechadas si se superan las debilidades internas?	¿Qué amenazas externas no pueden ser contrarrestadas si no se superan las debilidades internas?

FUENTE: Cánoves, Villarino, Blanco, De Uña y Espejo (2014).

Los riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los desafíos (combinación de debilidades y oportunidades), determinados por su correspondiente combinación de factores, exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la organización deberá asumir hacia el futuro deseable.

Una vez finalizados los análisis parciales (definidos los objetivos sobre los que se desarrolla el estudio y realizado el trabajo de campo para conocer la realidad sobre la que se basa), se podrá realizar un diagnóstico de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades para, a continuación, y en función de este análisis, establecer unos objetivos, proponer diferentes estrategias de desarrollo capaces de superar las limitaciones identificadas y alcanzar el modelo de desarrollo turístico de un espacio litoral que basa su oferta en la cultura más que en el turismo de sol y playa que se encontraría en el Mar Menor. A su vez, se ha querido diferenciar entre lo que son factores más directamente ligados al sector del turismo y aquellos otros ligados a la ordenación territorial y urbana, que indirectamente le afectan.

4. RESULTADOS

Desde un punto de vista global (Tabla 3) presentamos los resultados sistematizados del análisis DAFO realizado en Cartagena fruto de las respuestas de

los participantes a la encuesta realizada. En ellas se han resaltado las debilidades y fortalezas internas generadas a lo largo de una extensa trayectoria.



TABLA 3

Análisis DAFO del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena



	DEBILIDADES	AMENAZAS
Turismo	<p>Patrimonio histórico pendiente de rehabilitación.</p> <p>Estacionalidad del turismo y pernoctaciones mínimas</p> <p>Insuficiencia de líneas de transporte público y deficiencia de horarios.</p> <p>Poca innovación en los servicios de restauración.</p> <p>Sector servicios poco profesionalizado y obsoleto.</p> <p>Reducida dimensión de los establecimientos, debilitando su poder negociador y reducen sus canales de venta.</p> <p>Dependencia de la coyuntura económica de los principales países emisores de turistas.</p>	<p>Dificultades para garantizar el turismo sostenible.</p> <p>Debilidad de la economía y el consumo debido al nuevo escenario de la crisis sanitaria del Coronavirus.</p> <p>Desarrollo de programas turísticos en países competidores mediterráneos.</p> <p>Caída de precios por exceso de oferta</p> <p>Difícil vertebración del centro histórico.</p> <p>Desarrollo de ciudades turísticas cercanas.</p> <p>Ausencia de oferta lúdica complementaria a la cultural.</p> <p>Dificultad de extender la oferta turística a otras estaciones del año.</p> <p>Escasa oferta de servicios de restauración vinculados a visitantes extranjeros.</p> <p>Necesidad de mejora del servicio de las Oficinas de Turismo.</p> <p>Disminución del gasto medio por turista.</p>
Ordenación territorial y urbana	<p>Deterioro medioambiental en diversas áreas de la ciudad, causado por el desordenado urbanismo y la ausencia de planes de regeneración.</p> <p>Necesidad de mayor coordinación por parte de las administraciones y asociaciones de la ciudad.</p> <p>Ausencia de líneas estratégicas enfocadas al futuro del sector relacionando el sector privado y público</p> <p>Existencia de áreas degradadas en el Casco Antiguo.</p> <p>Ausencia de ejes de vertebración principales longitudinales para mejorar la comunicación del casco antiguo.</p> <p>Deficiente interrelación entre distintos tipos de transporte: terrestre, aéreo y marino.</p>	<p>Escasez de suelo dirigido al sector hotelero.</p> <p>Recrudescimiento de la normativa urbanística y elevado precio en el centro de la ciudad.</p> <p>Insuficiente aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de cara a la ordenación urbana de la ciudad.</p> <p>Mala gestión de los Planes Especiales del Casco Urbano debido a la falta de coordinación</p> <p>Agresión a bienes patrimoniales o medioambientales.</p> <p>Detrimiento de las actividades económicas no turísticas.</p> <p>Falta de inversión en infraestructuras necesarias para reducir el impacto económico debido al escaso gasto turístico.</p>

FUENTE: Elaboración propia (Octubre, 2022).

	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Turismo	<p>Creciente reconocimiento e importancia del turismo.</p> <p>Atractivo de España como destino turístico y de negocios.</p> <p>Gran oferta gastronómica.</p> <p>Presencia creciente en Internet.</p> <p>Importante desarrollo del patrimonio cultural inmaterial.</p> <p>Imagen de marca creciente</p> <p>Existencia de importante patrimonio monumental rehabilitado e importantes museos.</p> <p>Oferta turística de sol y playa cerca de la ciudad.</p> <p>Desarrollo de turismo de congresos debido a la existencia del Auditorio y Centro de congresos "El Batel".</p> <p>Existencia de un puerto turístico en buenas condiciones.</p>	<p>Renovación de los servicios por parte de las administraciones acciones.</p> <p>Enfoque progresivo hacia la calidad de servicios turísticos.</p> <p>Búsqueda de nuevos nichos de clientes.</p> <p>Creación de nuevas Oficinas Turísticas.</p> <p>Puesta en valor de nuevos hallazgos arqueológicos.</p> <p>Construcción de nuevas plazas hoteleras y servicios de restauración.</p> <p>Desarrollo del centro comercial abierto en el Centro histórico.</p>
Ordenación territorial y urbana	<p>Existencia de grupos de desarrollo local.</p> <p>Existencia de Campus universitarios dentro de la ciudad (UPCT, UCAM, UNED).</p> <p>Reciente apoyo a la dotación de infraestructuras turísticas.</p> <p>Proyectos de la administración local vinculados con el desarrollo turístico de la ciudad.</p>	<p>Planes Especiales de accesibilidad para nuevos hallazgos arqueológicos.</p> <p>Existencia de un Plan de Excelencia Turística.</p> <p>Aumento de la coordinación entre Asociaciones Públicas y Sector Privado.</p>

FUENTE: Elaboración propia (Octubre, 2022).

Es preciso el establecimiento de una serie de estrategias que podrán ayudar a la mejora de la imagen y consolidación de este crecimiento turístico tan beneficioso para la ciudad, y que se podrán ver reflejadas en un resumen o matriz CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar) como se señala en la siguiente tabla 4.

La ciudad de Cartagena necesita superar significativas debilidades y amenazas para mantenerse y afianzar su papel de ciudad turística. A pesar de ello posee gran cantidad de fortalezas para superarlas y consolidarse en el mercado turístico internacional y de cruceros. De cara al turismo existen deficiencias importantes en relación a la falta de vertebración de los transportes hacia

otros espacios más periféricos de la ciudad como el Parque Mediterráneo o lugares de interés turístico un tanto alejados del centro urbano.

La necesidad de rehabilitación del patrimonio o la obsolescencia de algu-

TABLA 4

●●●● : : : : ●●●●
Análisis DAFO del turismo de
cruceros en la ciudad de Cartagena



CORREGIR

AFRONTAR

<p>Deficiente formación en los sectores profesionales</p> <p>El bajo gasto medio de los cruceristas afecta a la actividad comercial.</p> <p>La necesidad de una mayor inversión por parte de la iniciativa privada, así como de fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</p> <p>Atenuar los efectos de la estacionalidad turística</p> <p>La accesibilidad y la rehabilitación paisajística en el paraje de acceso a la ciudad (Hondón o entrada por la autovía de MurciaAlicante)</p> <p>Normativa urbanística desfasada o fuera de uso (el PGOU fue anulado)</p> <p>Desequilibrio entre casco histórico y área peirurbana</p> <p>Mejora de la conectividad ferroviaria, sería ideal una pronta llegada de la Alta Velocidad</p>	<p>Reto tecnológico</p> <p>Recuperación integral del paisaje a través de nuevos planes de reforma interior</p> <p>Las posibilidades que supondría el reconocimiento de la ciudad como "Patrimonio de la Humanidad" por parte de la UNESCO</p> <p>Diseñar un plan turístico para los meses de invierno</p> <p>Una mejora en la capacidad hotelera</p> <p>Recuperación urgente del patrimonio arquitectónico y urbano</p> <p>Despoblamiento del casco histórico</p> <p>Crisis de los astilleros y la actividad naviera</p> <p>Recuperación de los montículos o zonas elevadas próximas</p>
--	--

MANTENER

EXPLOTAR

<p>Relación puertociudad desde la perspectiva comercial y turística</p> <p>Un desarrollo sostenible que proteja el turismo, pero, a la vez, mejore el desarrollo industrial de la ciudad</p> <p>Gran nivel de inversiones en la recuperación patrimonial</p> <p>Turismo de cruceros y potenciar mayores escalas</p> <p>Campañas publicitarias a escala nacional</p> <p>La oferta cultural y museística</p>	<p>La gran oferta museística</p> <p>El muelle de Santa Lucía con vistas a la ciudad</p> <p>Los eventos realizados en la zona</p> <p>Las nuevas posibilidades de las TICs a través de la proyección turística de la ciudad a escala global</p> <p>Puesta en valor de más patrimonio monumental</p> <p>Mayor actividad cultural universitaria</p> <p>Mejorar la relación turística con otras ciudades próximas como Murcia o Lorca</p> <p>Integración en redes de cooperación turística con ciudades de otras CC.AA.</p>
--	--

FUENTE: Elaboración propia (Octubre, 2022).

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y PROPUESTAS

La realización de este trabajo de investigación nos ha permitido plantear una serie de actuaciones y propuestas necesarias para que esta iniciativa turística continúe creciendo y, en el caso concreto del turismo de cruceros, se puedan adoptar medidas que mitiguen la estacionalidad generalizada de los destinos turísticos mediterráneos. Para ello es necesario el aumento en la programación de nuevos tour operadores, la competitividad en los precios de amarre o la difusión de un marketing que presente a Cartagena como una ciudad histórica donde la experiencia vivida por los visitantes tenga un carácter singular, con la ventaja de disfrutar de una gran riqueza concentrada en un espacio reducido, abarcable a pie y con un producto turístico amplio que acoge la historia, el legado arquitectónico de distintas épocas, una variada gastronomía y la emoción por conocer el pasado desde la experiencia del paisaje y la visita a espacios musealizados.

Los colectivos participantes en las entrevistas realizadas se mostraron receptivos e implicados en esta investigación, teniendo conciencia de los importantes cambios generados en la sociedad y la economía de Cartagena. El trabajo de campo realizado y la explotación de los datos existentes nos permiten aportar al menos diez ideas que podrían contribuir a la mejora de la ciudad en diversos aspectos que influyen en economía local.

1. La potencialidad del turismo de cruceros es evidente, a pesar de la marcada estacionalidad de esta modalidad a lo largo del año, del bajo gasto por crucerista y de la corta estancia, lo que exige una mayor fidelización de esta modalidad a través de una prolongación temporal mayor y la necesidad de aumentar el gasto medio.
2. El patrimonio cultural de Cartagena conlleva una recuperación lenta. Por ello es recomendable desarrollar un plan estratégico urbano-portuario que incluya una serie de líneas de trabajo y objetivos a medio y largo plazo, para hacer de la ciudad un espacio de atracción turística que proyecte a Cartagena a una escala más internacional.

3. El turismo cultural es una de las principales modalidades de desarrollo económico de la ciudad y de la Región de Murcia. Resulta imprescindible una estrategia territorial combinada con otros destinos turísticos próximos a Cartagena como son las ciudades de Murcia, Lorca, Caravaca de la Cruz o las ciudades litorales próximas del Mar Menor, Águilas y Mazarrón.
4. Las políticas urbanísticas deben apostar por una recuperación integral de la ciudad. No solamente es importante recuperar el entorno arqueológico de la ciudad antigua, también requieren una profunda intervención en la accesibilidad, especialmente la llegada por la autovía de Murcia y Alicante, a través del acceso denominado “El Hondón” que presenta a Cartagena como un espacio degradado, lleno de residuos y vistas poco atractivas. Urge una actualización del PGM0 en cuanto a la puesta al día de la normativa ya que está en vigor desde 1987, puesto que el Plan aprobado en 2011, fue anulado por sentencia judicial en 2012 por el Tribunal Superior de Justicia de la Región de Murcia (TSJ) y ratificada por el Tribunal Supremo y desde entonces no se ha puesto en marcha un nuevo PGM0.
5. El paisaje cultural y natural de Cartagena está siendo recuperado debido a la importancia que éste adquiere como símbolo cultural de la ciudad. A partir de las entrevistas realizadas se llega a la conclusión de que sería necesario incrementar el interés por parte del turista del entorno natural de la ciudad y de la bahía de Cartagena, para lo que sería prioritario una mayor promoción de espacios como El Castillo de la Concepción y de las otras colinas existentes en el entorno de la ciudad tales como El Molinete, Monte Sacro, San José o Despeñaperros, sin olvidar los espacios que circundan la ciudad como Galeras, Atalaya, San Julián o Los Moros.
6. Es urgente poner en valor espacios de gran valor arqueológico y simbólicos para la ciudad como el anfiteatro romano, la catedral Vieja de Santa María, la muralla de Tierra, continuando con el plan de recuperación de fachadas de edificios emblemáticos, independientemente de su titularidad pública o privada.

7. La llegada del AVE a la ciudad se está demorando desde hace décadas, lo que perjudica gravemente la potencial llegada de turistas desde otros lugares a través de la estación nodal de Madrid y su aeropuerto internacional de Barajas-Adolfo Suárez. Tras los trabajos de expropiación de tierras, las obras de licitación del tramo ferroviario a la ciudad portuaria están previstos para 2023
8. La intervención urbanística sobre el casco antiguo ha provocado la expulsión de una significativa cantidad de población que se ha trasladado a otros espacios de la ciudad. Este proceso de turistificación, ha derivado en el abandono de viviendas residenciales, de hecho, aparecen un importante número de inmuebles desocupados y en vías de progresivo deterioro o de ocupaciones ilegales. El casco histórico de la ciudad no debe convertirse en una especie de parque temático de la historia con la consiguiente pérdida de función residencial que le otorga dinamismo.
9. Es muy importante una planificación organizada de las campañas de promoción turística en los medios de comunicación y en las redes sociales, poniendo especial énfasis en el trabajo de los tours operadores y el marketing.
10. El puerto de Cartagena es una de las principales vías de entrada de turistas internacionales a la ciudad. Se valora acertadamente la inversión realizada, especialmente por la Autoridad portuaria, en la ampliación de la dársena de cruceros o la futura expansión del puerto del Gorguel. Es necesario mantener la política competitiva respecto a los precios de atraque de cruceros y la integración del propio puerto en el pasado histórico de la ciudad.

6. CONCLUSIONES

La posición estratégica del puerto de Cartagena en el SE de la Península ibérica ha convertido a esta ciudad en un enclave defensivo y de control de ruta marítima desde época cartaginesa hasta nuestros días. La actividad comercial portuaria y de astilleros junto a una agricultura inicialmente de secano y después de regadío intensivo, debido a la llegada de aguas pertenecientes al trasvase Tajo-Segura junto a la sólida actividad industrial derivada de la dársena de Escombreras han sido unos pilares básicos de la economía local. A ello se suma la actividad militar y, en tiempos recientes, el crecimiento de la actividad comercial y turística debida a la recuperación patrimonial de la ciudad romana, oculta por las nuevas construcciones durante casi dos milenios. Las actuaciones acometidas para la puesta en valor turístico han provocado el cambio morfológico del centro urbano y el aumento de una actividad turística y comercial; una situación impensable hace sólo cuarenta años. Cartagena, actualmente es una ciudad visitada, conocida por su patrimonio cultural y por una creciente programación de actividades de ocio y recreación relacionadas con la cultura.

Los datos estadísticos junto a la recogida y análisis cualitativo de encuestas señalan que Cartagena ha sufrido una gran transformación económica en las últimas cuatro décadas, pasando de una economía basada en el sector químico, de astilleros y militar hacia un espacio diversificado en donde la recuperación de patrimonio arqueológico y cultural ha dado como resultado la llegada de miles de turistas que dejan importantes beneficios en el comercio local y facilitan la empleabilidad en el sector hotelero y de restauración.

Se establecen importantes retos en relación a posibles actuaciones urbanísticas y consolidación como núcleo turístico, en los que es imprescindible la colaboración público-privada, el establecimiento de planes de actuación para la recuperación integral del casco histórico y la necesidad de mejorar las condiciones del puerto con una posible ampliación de su espacio para la recepción de más cruceros simultáneamente. También la formación del capital humano que trabaja en el turismo y su cualificación profesional son elementos importantes para asegurar el éxito y las preferencias de tour operadores.

La evolución positiva del turismo de cruceros en Cartagena está resultando en los últimos años un recurso territorial en auge que ha creado múltiples interrelaciones en la economía local. A ello han contribuido varios factores, entre los que destacan la riqueza cultural de la ciudad, la puesta en valor de espacios históricos, la recuperación de parajes de valor ambiental, la participación de la comunidad y el apoyo de las administraciones. Las sinergias creadas en la ciudad han propiciado que el turismo de cruceros constituya una gran aportación al desarrollo local sostenible de Cartagena y, además, se prevea un escenario de futuro favorable.

7. Referencias

Autoridad Portuaria de Cartagena (2022). *Estadísticas de tráfico portuario*. <http://www.apc.es/webapc/actAPC/estadisticas>

Ayuntamiento de Cartagena (2005). *Plan Especial de Ordenación y protección del conjunto histórico. Memoria justificativa y explicativa*. 280 págs. <https://urbanismo.cartagena.es/ExtDoc/PLDOC/2004-0004/Memoria%20justificativa%20y%20explicativa.pdf>

Besculindes, A., Lee, M. y McCormick, P (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research* (29) 303-319. <https://www.sciencedirect.com/journal/annals-of-tourism-research/vol/29/issue/2>

Brida, J.G., Riaño, E., & Zapata, S. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*, (29), 79-107. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/153311>

Brida, J.G., Del Chiappa, G, Meleddu, M. y Pulina, M. (2014). A comparison of residents' perceptions in the cruise in the Mediterranean. *Revista Internacional de investigación turística* (16) 2, 180-190. <https://doi.org/10.1002/jtr.1915>

Bigné, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Esic editorial.

Buades, M. L. (2015). El turismo de cruceros en el Mediterráneo y en las Illes Balears. Un análisis entre el 2000-2012. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 19. <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15118/18321>

Cánoves, G, Villarino, M, Blanco, E, De uña, E y Espejo, C. (2014). *Turismo de interior: renovarse o morir*. Universidad de Valencia. 244 págs.

Cerchiello, G. (2017). *La evolución de los cruceros marítimos en España. Desde sus comienzos hasta la actualidad (1848-2016)*. Servicio de publicaciones de la Universidad de Valencia nº 22. 282 págs.

Consejo de Europa (2000). Convenio Europeo del Paisaje. https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/planes-y-estrategias/desarrollo-territorial/090471228005d489_tcm30-421583.pdf

Elliot, S y Choi, C. (2011). Motival considerations of the New Generations of Cruising. *Revista de gestión hotelera y turística* (18), 1, 41-47 <https://www.aecid.es/galerias/descargas/noticias/15.LinarejosCruz-PlanNacionaldelPaisaje.pdf>

Espejo, C. (2008). *El papel de los instrumentos de planificación en las dinámicas productivas y territoriales*. Turismo y desarrollo local, Ed. Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 161-170.

Esteve, J. A., García, A. y Gutiérrez, J. E. (2014). Agentes asociados a la configuración de un itinerario de cruceros, hinterland turístico y puertos de crucero en España. *Anuario de Jóvenes Investigadores*, 42-44.

Fernández, A. y Mayorga, M.C. (2018). Estacionalidad del turismo de cruceros en puertos españoles. Una aproximación multivariante. *Pasos*. (16) 1. 253-264. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.016>

Galiana, y Barrado, D. (2006). Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España. *Investigaciones geográficas*, 39, 73-93. <https://doi.org/10.14198/INGEO2006.39.04>

García, J., García, A. y Cánovas, J. (2015). La ciudad de Cartagena en La época romana alto imperial: generación y análisis de un modelo digital de elevaciones. *Expresión Gráfica Arquitectónica*, (26) 224-231. Universidad Politécnica de Valencia. <https://doi.org/10.4995/ega.2015.4055>

Garay, L. A. y Cánoves, G. (2012). Turismo de cruceros en Barcelona. De la marginalidad al liderazgo internacional. *Boletín de la asociación de Geógrafos Españoles*, 60, 253-272. <https://doi.org/10.21138/bage.1507>

Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2015). *Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia*. https://www.murciaturistica.es/es/plan_estrategico/

Jiménez, M.J. y Morales, F.J. (2019). Actividad turística en Cartagena (Murcia) a través del análisis de indicadores y percepción de sus actores directos. *Cuadernos de Turismo*, (43), 349-380. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.43.14>

Grandal, A. (2010). *Historia de Cartagena para principiantes*. Ed. Áglaya. Cartagena. 243 págs.

Luna, M. (2015). El turismo de cruceros en el Mediterráneo y en Les Illes Balears. Un análisis entre los años 2000-2012. *Scripta Nova*. Vol. XIX 514. <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-514.pdf>

Martín, L. G. y Timón, D. A. B. (2006). Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España. *Investigaciones Geográficas*, 39, 73-93. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17603904>

Martínez, N. (2015). *Análisis de la actividad turística en España, la Región de Murcia y el Municipio de Cartagena*. Ejercicio comparado a través del Punto Turístico en la Encuesta de Ocupación Hotelera.

- Millán, M. (2013). Renovación y reposicionamiento de los destinos turísticos. El caso de la ciudad de Cartagena (Murcia). *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, 8, 85-114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5051984>
- Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana (2018). *Estadísticas de Puertos del Estado*. http://www.puertos.es/Memorias_Anuales/2018/doc/Memoria%202018%20AP%20Cartagena.pdf
- Morales, F. J. (2016). La puesta en valor del patrimonio y el paisaje como estrategia para el desarrollo local en Cartagena (Murcia). En *Paisajes culturales a través de casos en España y América*, 121-168. Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED.
- Paniagua, A. (2005). El mercado de los cruceros en España. Una perspectiva histórica (1994-2004). *Estudios Turísticos*, 165 131-160. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría General de Turismo Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/93953.pdf
- Perea, B., Andrade., M. y Rosa, C. (2018). Turismo de cruceros en la interfaz puerto-ciudad mediterránea: nueva época del waterfront, con beneficios en un smart destination. *Cuadernos de Turismo*, 42, 397-419. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.42.18>
- Plano-Clark, Y Ivankova, N. (2016). *Mixed Methods Research: A Guide to the Field*. Ed. SAGE. London. 337 págs.
- Sanz, S., y Zhelyazkova, D. (2004). Situación actual del turismo de cruceros en la ciudad de Valencia. *Papers de Turisme*. (56), 81-100. <https://1library.co/document/y6j6n35q-situacion-actual-turismo-cruceros-ciudad-valencia.html>
- Tovar, B., Espino, R. López-del-Pino, F. (2020). Percepciones y actitudes de los residentes hacia el impacto del turismo de crucero en Gran Canaria, *Investigación en Gestión y Negocios del Transporte*, https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/14996/1/0234500_00015_0013.pdf
- Vera, J. F. (2005). El auge de la función residencial en destinos turísticos del litoral mediterráneo: entre el crecimiento y la renovación. *Papers de Turisme*. 37-38, 95-114. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/12368>
- Zárate, M. A. (2016). Paisajes culturales urbanos, oportunidad para la conservación del patrimonio y el turismo sostenible. *Estudios Geográficos*, 77(281), 693-728. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201624>

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

1. Los autores al enviar el artículo, asumen que son los titulares del mismo y son inéditos y originales.
2. Los autores asumen la total responsabilidad por las citas bibliográficas utilizadas, así como sobre los aspectos éticos relacionados con los sujetos del estudio.
3. Los autores manifiestan que las opiniones expresadas en su propuesta no representan necesariamente el punto de vista de los editores de la revista, quienes no tendrán responsabilidad ni compromiso sobre su contenido. La responsabilidad por las opiniones emitidas en las propuestas publicadas corresponde únicamente a sus autores.