OPINIÓN



La provincia de Cádiz hacia un modelo de turismo azul



Manuel Arcila y Gema Ramírez
Grupo de Investigación de Planificación y Gestión litoral de la Universidad de Cádiz

La provincia de Cádiz se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más atractivos de Andalucía en 2024. Desde hace más de una década, esta área ha experimentado un crecimiento sostenido en la demanda tanto de turistas nacionales como internacionales. Con cerca de seis millones de visitas en 2023, Cádiz se posiciona como la segunda provincia más visitada de Andalucía, solo superada por Málaga, que alcanzó los ocho millones de turistas.

Los indicadores reflejan una evolución muy positiva para la provincia, destacándose en aspectos claves que favorecen la rentabilidad del sector, como son la estancia media del turista y el gasto medio diario. En octubre de 2024, la estancia media alcanzó los 6.8 días, con un aumento de dos décimas respecto al año anterior. Asimismo, el gasto medio diario creció en 4 euros, situándose en 92.05 euros.

Pero no solo la rentabilidad turística ha mejorado en este último año en la provincia de Cádiz, sino que la percepción sobre la calidad de los servicios y oferta turística se ha elevado a datos de excelencia con un 9,2 sobre 10. Este indicador solo es superado en Andalucía por la provincia de Jaén, que obtuvo un 9,3.

Otro ámbito donde la provincia sobresale es el turismo de crucero. El puerto de la Bahía de Cádiz se ha convertido en el principal puerto de cruceros de Andalucía, superando a Málaga en el número de pasajeros (Tabla 1) y situándose, así como el sexto más importante de España. En 2023, el puerto recibió a 679.648 cruceristas, representando casi el 55% de los pasajeros que llegaron a Andalucía en este tipo de embarcaciones. El reto a conseguir es la transformación de este tipo de turismo en un modelo sostenible, donde el uso de energías limpias y sistemas inteligentes de eficiencia energética sean la meta a alcanzar.

Tabla 1. Pasajeros de cruceros en los puertos andaluces en 2023

Provincia	Pasajeros	% sobre total Andalucía
Almería	8.881	0,71
Bahía de Algeciras	24	0,001
Bahía de Cádiz	***679.648***	***54,42***
Huelva	2.024	0,16
Málaga	503.898	40,35
Motril	34.609	2,77
Sevilla	19.728	1,5
Andalucía	1.248.812	100

Fuente: Puertos del Estado, 2024.

El turismo extranjero también arroja cifras muy positivas para la provincia de Cádiz. Entre enero y octubre de 2024, el número de pernoctaciones de visitantes internacionales superó los 3 millones, sobrepasando así el total registrado durante todo 2023. Este crecimiento se refleja también en la actividad del aeropuerto de Jerez de la Fra., donde los turistas extranjeros representan el 43% de todos los pasajeros en 2024.

Alemania se mantiene como el principal país emisor de visitantes, con más de 200.000 turistas, superando con creces a otros mercados. En segundo lugar, se encuentra el Reino Unido, que aportó algo más de 100.000 visitantes en 2023.

Tras todo lo anterior, los datos del año 2024 (Tabla 2) confirman la consolidación de la provincia de Cádiz como uno de los referentes turísticos en Andalucía y España. Las políticas de promoción impulsadas por el Patronato de Turismo de la Provincia de Cádiz en la última década han posicionado a la región como uno de los destinos más demandados y valorados tanto por turistas nacionales como internacionales. Cádiz se encuentra, por tanto, en el centro de atención por sus extraordinarios atractivos naturales, patrimoniales y de ocio, consolidándose como un destino codiciado y apreciado por sus visitantes. Sin embargo, el gran desafío ahora es mantener estos resulta-

dos y esta percepción positiva, avanzando en la mejora de la calidad de los servicios y promoviendo un modelo turístico sostenible que fomente la eficiencia energética y el respeto hacia las comunidades locales.

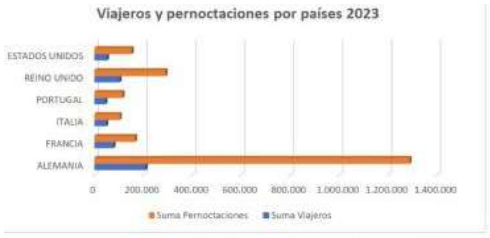
Cabe destacar dos tipologías que sobresalen en estos últimos años en la oferta de la provincia, como son el turismo gastronómico y el turismo azul.

En este sentido, la oferta de turismo gastronómico en Cádiz sobresale en Andalucía, posicionándose como un referente regional gracias a productos emblemáticos como el atún, el jerez y la carne de retinto. La riqueza de su agricultura, ganadería y pesca singular convierte a esta provincia en un destino de gran atractivo culinario. Durante la última década, la gastronomía gaditana ha ganado un prestigio indiscutible, reflejado en la valoración positiva de los turistas, la expansión de la oferta gastronómica, la obtención de premios y estrellas Michelin, y el continuo crecimiento de la demanda.

Con cerca de seis millones de visitas en 2023, Cádiz se posiciona como la segunda provincia más visitada de Andalucía, solo superada por Málaga

Todo ello se traduce, a su vez, en la existencia de diversos indicadores de calidad alimentaria existentes en la provincia, a través de la creación de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IPG). En total, la provincia ostenta 7 denominaciones que abarcan aceites (Sierra de Cádiz), vinos (Jerez, Manzanilla y Cádiz) y otros productos como vinagres y brandy.

En esta línea, la oferta de restauración de la provincia es amplia, variada y de alta calidad, convirtiéndose en una experiencia indispensable tanto para turistas en general como para los específicamente interesados en la gastronomía. Actualmente, Cádiz cuenta con seis restaurantes galardonados con estrellas Michelin (Tabla 3), concentrados principalmente en la Bahía de Cádiz (Cádiz, Chiclana y El Puerto de Santa María) y en la ciudad de Jerez. Entre ellos destaca la figura de Ángel León, cuyos restaurantes Aponiente y Alevante son un referente en la gastronomía azul. En particular, Aponiente, ubicado en El Puerto de Santa María, ha hecho historia al ser el primer restaurante de Andalucía en obtener tres estrellas Michelin.



Fuente: Observatorio turístico del Patronato de Turismo de la Provincia de Cádiz, 2024.



Tabla 2. Datos básicos de la actividad turística en la Provincia de Cádiz

	2023	2024 (octubre)	Puesto en Andalucía
Número de pernoctaciones extranjeras	3.021.286	3.032.153	3º
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	15,0%	15,5%	2º
Plazas en establecimientos hoteleros	40.284	44.357	2º
Grado de ocupación hotelera	54,1%	57,1%	3º
Número de turistas	5.840.302	5.346.684	2º
Estancia Media (número de días)	6,6	6,8	1º
Gasto medio diario (euros)	88,32	92,05	1º
Valoración del destino: escala de 1 a 10	8,6	9,2	2º

Fuente: Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, 2024

A los tradicionales y centenarios vinos del Marco de Jerez y el atún de almadraba, se suman otros productos igualmente tradicionales, aunque menos conocidos, como los quesos (con más de treinta queserías), el aceite de oliva, y la carne de retinto, entre otros (Patronato de Turismo, 2020). Todos estos productos han dado lugar a la creación de rutas turísticas temáticas, como las del Atún de Almadraba, Retinto, Vinos de Jerez, o de la Tapa, las cuales se promocionan en portales turísticos a nivel nacional, regional, provincial y municipal.

Estos recursos gastronómicos convierten a la provincia de Cádiz en un destino muy valorado por los turistas interesados en la gastronomía. Según un informe de Dinamiza Consultores, Cádiz se posicionó en 2017 como el tercer destino gastronómico favorito de España, por detrás de Madrid y Guipúzcoa, y liderando el ranking en Andalucía, superando a Sevilla y Granada.

En un estudio posterior de esta misma consultora Cádiz aparece situada como una opción preferente en los destinos turísticos españoles. Así con otras provincias andaluzas (Granada, Sevilla, Almería y Córdoba) se sitúa en primer lugar como destino favorito para ir de tapas con más del 30 % de menciones en redes entre todos los destinos de tapas elegidos por los turistas. De igual modo, también se posiciona como primer destino acompañada de nuevo por otras provincias andaluzas (Huelva, Granada, Jaén y Sevilla) para comprar productos locales. Además, Jerez de la frontera se presenta como el tercer destino favorito para visitar bodegas En este mismo informe se asevera que en la provincia se elabora uno de los vinos españoles más reconocidos internacionalmente y que cuenta con una cocina rica y variada gracias a su situación geográfica entre la sierra y el mar. Entre las capitales de provincia la ciudad de Cádiz se sitúa en sexto lugar, siendo la primera capital andaluza. Por último, si se baja a la escala municipal, Sanlúcar, El Puerto de Santa María, Jerez, Chiclana, Vejer y Zahara de los Atunes (Barbate) se sitúan entre los primeros veinte destinos favoritos de los turistas gastronómicos.

El turismo azul en la provincia de ▶

OPINIÓN



Cádiz representa una oportunidad clave para combinar la actividad turística con la sostenibilidad ambiental, social, económica y territorial. Según las estrategias de crecimiento azul de la Unión Europea, esta tipología de turismo costero-marítimo se basa en el uso sostenible y complementario de los recursos de las zonas costeras y marinas. Su objetivo es promover la sostenibilidad de estos territorios, desestacionalizar la actividad turística y mejorar el bienestar de las comunidades locales, integrando tanto los recursos naturales como los culturales en procesos de socialización y sensibilización.

La provincia de Cádiz destaca como un referente en turismo azul al aprovechar sus recursos naturales y culturales para generar un sentimiento de pertenencia, respeto y apreciación entre residentes y visitantes. Municipios como Chiclana y Tarifa son ejemplos de cómo esta tipología turística puede integrarse con éxito en el entorno local. Sin embargo, el desarrollo del turismo azul requiere una estrecha coordinación y colaboración entre los organismos públicos y los agentes privados del sector, creando sinergias que impulsen el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Tabla 3. Restaurantes con estrellas Michelin en Cádiz

Restaurante	Municipio	Tipo cocina	Nº Estrellas
Aponiente	Puerto de Santa María	Cocina Creativa	3
Alevante	Chiclanade la Frontera	Cocina Creativa	2
LÚ Cocina y Alma	Jerez de la Frontera	Cocina Moderna	2
Código de Barras	Cádiz	Cocina Moderna	1
Tohqa	Puerto de Santa María	Cocina Moderna	1
Mantúa	Jerez de la Frontera	Cocina Moderna	1

https://guide.michelin.com/es/es, 2024.



El diseño de productos turísticos innovadores es esencial para diversificar la oferta de Cádiz. Esto implica complementar la tradicional oferta de sol y playa con segmentos alternativos como el turismo de salud, deportivo, verde y, principalmente, el patrimonial y etnográfico. En este sentido, es fundamental destacar el papel de los bienes culturales y naturales de las zonas litorales y marinas, como el patrimonio histórico, la gastronomía marina, y otros recursos vinculados al entorno marítimo, fomentando su conocimiento y socialización.

En esta línea, la provincia de Cádiz combina una oferta turística tradicional, como el turismo de sol y playa o los cruceros, con propuestas más innovadoras vinculadas a los ámbitos cultural, natural y deportivo. Playas emblemáticas como La Caleta en la ciudad de Cádiz, Bolonia en Tarifa, la Playa del Faro de Trafalgar y Zahara de los Atunes en Barbate han sido destacadas por National Geographic en 2024 como algunas de las más hermosas de Andalucía. Con más de 260 kilómetros de costa y cerca de 138 kilómetros de playas, la provincia cuenta con 74 playas que presentan una amplia variedad de características, adaptándose a las diferentes preferencias y necesidades de los turistas (Patronato de Turismo, 2024).

Además de esta oferta consolidada, Cádiz ha desarrollado en los últimos años nuevas tipologías de turismo que han ganado relevancia. Entre estas destacan el avistamiento de cetáceos y aves, la exploración del patrimonio subacuático y costero, las visitas a las almadrabas, las rutas gastronómicas basadas en productos marinos, y la práctica de diversos deportes náuticos. Estas iniciativas representan un enfoque más sostenible e innovador que amplía las experiencias disponibles para los visitantes.

Si bien es cierto, equilibrar el crecimiento económico derivado del turismo con la conservación de sus recursos naturales y culturales sigue siendo uno de los grandes desafíos de numerosos destinos costeros, por lo que considerar estrategias que permitan la integración de sostenibilidad, cultura y aprovechamiento responsable de dichos recursos es fundamental para conseguir modelos con base en la sostenibilidad. En respuesta a lo anterior, estrategias innovadoras basadas en tipologías de marketing azul permiten un abanico de posibilidades para el desarrollo y consolidación de espacios costeros, como los que se encuentran en la provincia de Cádiz. El marketing azul, fundamentado en los principios del marketing socioambiental y adaptado a las características de los entornos costeros, permite diseñar estrategias que promuevan el turismo sostenible, pero equilibrando a su vez el desarrollo económico, la conserva-

Opinión

Arcila II

Grupo Joly

ción ambiental y el bienestar de las comunidades locales. Desde esta perspectiva, y en el contexto del turismo costero-marítimo desarrollado en Cádiz, el marketing azul no resulta únicamente una estrategia promocional, sino también un enfoque transformador.

Según la definición propuesta por Ramírez Guerrero, el marketing azul se centra en la aplicación de estrategias sostenibles en entornos naturales costeros, creando experiencias turísticas auténticas basadas en la cultura y las tradiciones locales, mientras se garantiza la gestión integrada y sostenible de los recursos marino-costeros. Es por ello que la provincia de Cádiz tiene un enorme potencial para aplicar este enfoque, no solo por su rica oferta natural y cultural, sino también por los avances en iniciativas de turismo sostenible que ya se están desarrollando.

Partiendo de esta base, se establecen cuatro pilares aplicables a la provincia de Cádiz, considerando sus particularidades y necesidades ya planteadas en este texto: 1) la creación de valor para el destino y sus comunidades, donde se realicen campañas que promuevan productos y experiencias únicas, como las ya mencionadas rutas gastronómicas basadas en productos del mar, las visitas a almadrabas, y actividades deportivas respetuosas con el medio ambiente; 2) promoción de la identidad costera, resaltando tradiciones como la pesca artesanal de los espacios salineros de la provincia, las gastronomía vinculada con el mar y el patrimonio histórico ligado a su litoral, transformándolos en activos turísticos que refuercen la identidad costera de la provincia; 3) gestión integrada y sostenible, a través del desarrollo de campañas que promuevan prácticas responsables, como la reducción de la huella ecológica en el turismo de cruceros o la implementación de certificaciones de sostenibilidad en playas y actividades náuticas; y 4) beneficios compartidos, donde se promueva la conservación de los ecosistemas costero-marinos, así como el respeto a las formas de vida y cultura de las comunidades residentes, cuyo enfoque podría realizarse en Cádiz a través del incentivo de las inversiones en infraestructuras sostenibles, como puertos inteligentes y sistemas de gestión energética eficiente, mientras se ofrecen, a su vez, experiencias enriquecedoras a los visitantes.

Por todo lo anterior, el turismo azul y las herramientas de marketing asociadas representan una alianza estratégica innovadora que puede llegar a transformar la imagen turística de Cádiz como un referente de sostenibilidad e innovación en el ámbito costero.

En conclusión, la provincia de Cádiz se ha convertido en uno de los destinos turístico de mayor presente y futuro del estado español. Es necesario continuar y profundizar en un modelo de actividad turística sostenible, responsable e inteligente. Son cinco territorios provinciales (Conil de la frontera, San Fernando, Rota, Campo de Gibraltar y Chiclana de la Frontera) los que se han unido al programa de Destino Turístico inteligente promovido por la Secretaría de Estado de Turismo y gestionado por la Sociedad Mercantil Estatal SEGITTUR. Este programa tiene como objetivo mejorar lacompetitividad de las áreas turísticas y la calidad de vida de los ciudadanos atendiendo a cinco ámbitos gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Solo con destinos que aúnen la información, la tecnología y la sensibilidad ambiental se podrá alcanzar un modelo de turismo que sea aceptado por los residentes y que mejore la calidad de la experiencia turística.

Tabla 4. Ranking de destinos gastronómicos favoritos por provincias

Orden	Provincia	%	Orden	Provincia	%
1	Madrid	9,3	6	A Coruña	4,5
2	Guipúzcoa	7,5	7	Sevilla	4,1
3	Cádiz	6,1	8	Barcelona	4,0
4	Asturias	5,9	9	Bizkaia	3,6
5	Pontevedra	4,5	10	Granada	3,3

Dinamiza Consultores, 2017.



Tabla 5. Ranking de Destinos Gastronómicos según tipología

Tipo	Destino	Orden	% menciones
Destinos favoritos para ir de tapas	Andalucía (Granada, Sevilla, Almería, **Cádiz**, Córdoba)	1º	31,0
Destinos favoritos para comer en buenos restaurantes	Andalucía (Málaga, Cádiz, Córdoba)	7	5,0
Destinos favoritos para visitar bodegas	Andalucía (**Jerez de la Frontera**)	3º	9,2
Destinos favoritos para comprar productos locales	Andalucía (Huelva, Granada, Jaén, **Cádiz** y Sevilla)	1º	14,0
Destinos favoritos para fiestas y eventos	Andalucía (Málaga, Sevilla y **Cádiz**)	2º	11,3
Destinos gastronómicos favoritos para visitar mercados gastronómicos	Andalucía (Málaga, **Cádiz**, Sevilla y Granada)	4º	8,4 %

Dinamiza Consultores, 2024.

Por otro lado, es importante atender por parte de las administraciones públicas los debates abiertos en la provincia en relación con el turismo para que no se conviertan en problemas futuros. Así uno de los más recurrentes es las viviendas de usos turísticos. Es imprescindible tomar decisiones que regulen el mercado impidiendo la oferta no reglada que perjudica la calidad y su planificación. La ciudad de Cádiz es uno de los municipios más afectados por este fenómeno que ha provocado la aparición de movimientos ciudadanos contrarios a la proliferación de estas viviendas sobre todo en las zonas del casco antiguo más solicitadas. Otro aspecto relacionado con esta temática es la existencia de viviendas ilegales en zonas de playa como por ejemplo la pedanía de El Palmar en Vejer de la Frontera. El crecimiento no planificado y una demanda centrada en los meses de verano pueden provocar efectos no deseados en un entorno privilegiado como es la zona costera de la provincia de Cádiz con sus más de dos centenares de kilómetros de costa y más de un centenar de kilómetros de playas. Por último, la gobernanza del turismo en la provincia de Cádiz debe seguir teniendo presente los retos planteados por la adaptación a las consecuencias del cambio climático, y se deberá comenzar a tomar medidas para paliar sus efectos y adecuar la oferta al nuevo escenario que llegará.

Es imprescindible regular el mercado de la vivienda turística impidiendo la oferta no reglada que perjudica la calidad y su planificación