



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO/A EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

***NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO NÁUTICO.
SU IMPACTO ECONÓMICO EMPRESARIAL***

Realizado por:

LAURA MARTOS SANCHO

Fdo.:

Dirigido por:

INMACULADA MARTIN ROJO

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, Junio 2015

TÍTULO: NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO NÁUTICO. SU IMPACTO ECONÓMICO EMPRESARIAL

PALABRAS CLAVE: *Turismo náutico, Instalaciones náuticas de recreo, Puerto deportivo, Andalucía, Impacto económico, Desarrollo empresarial.*

RESUMEN:

Este trabajo pretende dar a conocer en profundidad la situación actual por la que atraviesa el turismo náutico en Andalucía, así como su posicionamiento y tendencias hacia el futuro. Para ello se lleva a cabo un análisis de la oferta de puertos deportivos, las características de la demanda, la competencia en el sector, tanto a nivel nacional como internacional, y las implicaciones socioeconómicas. A partir de la observación de las diferentes debilidades y fortalezas del sector de la náutica de recreo en Andalucía, se proponen una relación de mejoras con la finalidad de hacer frente a los problemas actuales del sector.

INDICE

Capítulo 1	Introducción	1
1.1.	INTERÉS Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO	1
1.2.	Objetivos del trabajo	2
1.3.	Metodología	2
Capítulo 2	MARCO CONCEPTUAL	4
2.1.	Definición de turismo náutico	4
2.2.	las instalaciones náuticas de recreo (INR)	5
2.2.1.	Definición	5
2.2.2.	Tipologías	5
2.2.3.	Servicios	6
2.3.	tipos de producto náutico	7
2.3.1.	Estaciones náuticas	8
2.3.2.	Chárter náutico	8
2.4.	LEGISLACIÓN, CLASIFICACIÓN Y MODALIDAD DE GESTIÓN DE LOS PUERTOS DEPORTIVOS	9
2.4.1.	Clasificación de los puertos marítimos	9
2.4.2.	Modalidades de gestión de los puertos deportivos	10
Capítulo 3	ESTADO DE LA CUESTIÓN	12
3.1.	Oferta de puertos deportivos de Andalucía	12
3.2.	EL ANÁLISIS Y ESTUDIO DE LA DEMANDA	17
3.2.1.	Perfil del turista de puertos deportivos de Andalucía	18
3.3.	IMPLICACIONES SOCIOECONÓMICAS DEL TURISMO NÁUTICO	20
3.4.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	23
3.4.1.	Competencia nacional	24
3.4.2.	Destinos competidores de fuera de España	25
3.5.	ESPECIAL REFERENCIA A LA COSTA SOL	28
Capítulo 4	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN	31
4.1.	ANÁLISIS DAFO	31

4.2. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO NÁUTICO	33
4.3. problemática del sector y Propuestas de actuación	35
Capítulo 5 CONCLUSIONES	39

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1. INTERÉS Y JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

La oferta tradicional turística de Andalucía ha sido el producto de sol y playa. En algunos lugares, como en la Costa del Sol, este producto ha llegado a su madurez. Para evitar el estancamiento o incluso el declive de la demanda, estos destinos están reforzando su oferta con nuevas tipologías de turismo para que funcionen como una nueva alternativa o actúen como oferta complementaria al producto tradicional.

El litoral andaluz reúne las condiciones idóneas para el desarrollo del turismo náutico ya que cuenta con más 800 kilómetros de costa, con aproximadamente 71 instalaciones náuticas y 22.057 puntos de atraque. A esto se le suma una serie de elementos como son la bondad del clima, existencia de infraestructuras, el patrimonio cultural, etc., que permiten ofertar una imagen de Andalucía atractiva para el turista náutico deportivo.

Según el informe del año 2013 de la Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos, el número de atraques en España asciende a 132.930, ocupando Andalucía el tercer puesto en el ranking nacional con el 15,3% del total por detrás de Cataluña y Baleares.

El turismo náutico es un producto que permite obtener importante beneficios económicos, ya que generalmente atrae a un turista con alta capacidad adquisitiva.

También cuenta con la capacidad de contribuir a la desestacionalización y la diversificación de la oferta turística, convirtiéndose en un sector con movimiento durante casi todo el año.

La actividad náutica puede posicionarse como un aspecto clave en la puesta en valor de los recursos naturales y culturales de las zonas costeras. Para el completo disfrute de los mismos es necesario un paisaje y medio acuático en buen estado de conservación y donde prime la sostenibilidad.

Así afirma la Asociación Española de Estaciones Náuticas al decir que “Los deportes náuticos pueden configurarse como un vector clave de transmisión de sostenibilidad hacia los destinos de turismo costero-marítimo.”

Sostenibilidad en el amplio sentido de la palabra ya que este turismo promueve el desarrollo económico a través de beneficios directos e indirectos para hoteles, restaurantes y otros servicios, permite llevar a cabo un crecimiento enfocado en la calidad y no en la masificación, reduciendo el

impacto ambiental que ha sido el causante de la degradación de algunos lugares turísticos y por consiguiente de la pérdida de atractivo y competitividad de los mismos. Esta gestión sostenible puede transmitir una serie de valores educativos a la sociedad basados en el respeto, la conservación y el uso racional de los recursos naturales.

Todo ello muestra el interés y la justificación de este trabajo.

1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

En síntesis, con la realización de este trabajo se pretende obtener un conocimiento real y actualizado sobre los siguientes aspectos:

- Describir el marco conceptual del segmento de turismo náutico en Andalucía, aportando las definiciones, conceptos y líneas necesarias para enmarcar el estudio.
- Presentar el estado de la cuestión, con lo que se pretende estudiar la situación actual del segmento tras la incidencia de la crisis económica
- Analizar las características de la demanda del turismo náutico-deportivo, para llegar a conocer con la mayor precisión posible: cuál es el volumen de la demanda, la capacidad adquisitiva, el público objetivo, las pautas de comportamiento, etc.
- Identificar y evaluar la oferta de puertos deportivos andaluces, analizando el impacto económico derivado del desarrollo del turismo náutico y, en particular, de los puertos deportivos.
- Establecer propuestas para la mejora de la competitividad del turismo náutico en Andalucía, teniendo en cuenta el análisis previo de la oferta y de la demanda en el sector.

1.3. METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo se van a llevar primordialmente técnicas descriptivas. Con esto se pretende recoger la máxima información posible sobre el sector náutico deportivo de Andalucía y más exhaustivamente de la Costa del Sol.

Los puntos principales de este estudio son:

- El estudio descriptivo de la situación actual a partir de las fuentes de información utilizadas.
- Análisis de las nuevas tendencias y productos del turismo náutico.
- Formulación de previsiones y propuestas a partir del anterior estudio descriptivo.

Se han empleado fuentes de información primarias como la observación directa. Esta observación se ha llevado a cabo de forma presencial en los puertos de la Costa del Sol como muestra representativa de los puertos andaluces y especialmente en el Club Náutico Benalmádena, donde realizo mis prácticas curriculares. Gracias a la participación en este club he conseguido obtener información de primera mano. He logrado tener una visión global de cómo funciona un club náutico gracias a la observación y participación en los diferentes departamentos.

Esta participación ha sido especialmente activa en el departamento de administración con la gerencia del club. De manera menos profunda también he podido observar la labor de la Junta Directiva y su relación con los socios.

Como fuentes secundarias para la recopilación de información se han tenido en cuenta, entre otras, las siguientes referencias bibliográficas y disposiciones legislativas:

- Agencia Pública de Puertos de Andalucía (APPA).
- Consejería de Turismo y Comercio de Andalucía.
- Asociación Española de Estaciones Náuticas
- Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN)
- Patronato de Turismo de la Costa del Sol
- Instituto de Estadística de Andalucía.
- Turespaña.
- SAETA
- FEAPDT. Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos.
- Observatorios turísticos de las provincias de litoral andaluz.
- Legislación de puertos deportivos en Andalucía.
- Etc.

CAPÍTULO 2 MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se exponen los diferentes aspectos teóricos sobre los que se ha realizado el trabajo. Por una parte se presentan los conceptos básicos relacionados con el turismo náutico. De la misma forma se analizan los diferentes productos náuticos existentes en el mercado. Para concluir el capítulo se expone la legislación vigente sobre la que se sustenta el sector.

2.1. DEFINICIÓN DE TURISMO NÁUTICO

La tarea de definir cualquier producto turístico es compleja ya que éste se caracteriza por su heterogeneidad. Por esta razón existen multitud de definiciones para el concepto de turismo náutico. Como aproximación general se define al turismo náutico como “un conjunto de relaciones entre personas, surgidas al efectuar un viaje de duración inferior a un año, con las características de que la principal motivación es la realización de una o varias actividades náuticas”. (Peláez, 2002)

Para ofrecer una definición más concreta, hay que hacer referencia a otros autores que delimitan al turismo náutico como “las vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar diferentes tipos de actividades deportivas y recreativas”. (GMM Consultores Turísticos, 1998).

Según Antonio Peláez (2002) puede encontrarse dos tipos de turismo náutico. En primer lugar el turismo de cruceros y en segundo lugar, el turismo náutico – deportivo, en el cual se centra este trabajo. Siendo la principal diferencia entre el turista náutico-deportivo con el turista de cruceros que la motivación principal es la práctica de alguna actividad deportiva como puede ser vela, windsurf, chárter náutico, submarinismo...

Así mismo, dentro del turismo náutico - deportivo hay que diferenciar entre:

- De corto alcance (o ligero), basado en la realización de actividades deportivas náuticas en el entorno del puerto. Se caracteriza por no existir desplazamiento del turista a otros puertos y porque se suele alojar en las inmediaciones.
- De largo alcance, actividades náuticas en embarcaciones de recreo que permiten al turista que las realiza su desplazamiento hasta otros puertos, realizando así todo o parte del viaje del turista.

Una vez clasificadas las diferentes concepciones de turismo náutico, es necesario describir de manera más precisa cuáles son las instalaciones que necesitan los turistas para la práctica de estas actividades.

2.2. LAS INSTALACIONES NÁUTICAS DE RECREO (INR)

2.2.1. Definición

A la hora de establecer una definición puede dar lugar a confusión el gran abanico de términos que se utilizan para hacer mención a este tipo de instalaciones. En cuyo caso, los conceptos instalaciones náuticas de recreo, instalaciones náuticas-deportivas, puertos deportivos, etc. Se refieren todos al lugar donde se albergan las embarcaciones utilizadas para la práctica de la náutica deportiva y de recreo.

Así Martín Pérez (1999) entiende por instalación náutica de recreo el conjunto de servicios elementales prestados por una o varias organizaciones, destinados a satisfacer determinadas necesidades relacionadas con el uso y disfrute de embarcaciones deportivas o de recreo.

2.2.2. Tipologías

Existen numerosas clasificaciones de estas instalaciones atendiendo a los diferentes criterios que se utilizan. La Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos Turísticos (FEAPDT), define cinco tipos de instalaciones náuticas de recreo:

- Fondeadero: Zona o instalación, ya sea natural o protegida por espigones artificiales, en la cual las embarcaciones quedan distribuidas en sus plazas únicamente por los fondeos existentes, sin necesidad de muelles ni pantalanes.

- Dársena: Son las instalaciones que se encuentran dentro de un puerto cohabitando con otras instalaciones. Es decir, en este caso se pueden dar el mismo puerto dos concesiones distintas.
- Puerto o marina interior: Es un puerto que invade zona de tierra y que de la línea de costa solamente sale el espigón protector de la bocana. También se incluyen puertos interiores situados en ríos o rías a lo largo de las costas.
- Puerto marítimo: Instalación situada en la línea de la costa, protegida por dos espigones que forman la bocana. La mayoría de las instalaciones españolas son de este tipo.
- Marina seca: Donde se deposita la embarcación en seco en una plaza, ya sea explanada, cubierta en hangar, en repisas, etc. No tienen por qué estar en la costa, pueden estar ubicadas en el interior.

2.2.3. Servicios

El turista náutico tiene a su disposición una serie de prestaciones de las que puede hacer uso en las instalaciones náuticas. La mayor o menor cantidad de servicios ofertados es en muchos casos el factor decisivo para el cliente a la hora de escoger una instalación u otra. Así Esteban Chapapría (1998), realiza la siguiente clasificación por grupos de servicios:

- Servicios base
- Servicios periféricos
- Servicios base-derivados
- Servicios complementarios

Los servicios base son aquellos que constituyen la oferta mínima. En el caso de un puerto el servicio básico será el atraque seguro. Este servicio puede ser sustituido o complementado por las marinas secas, descritas anteriormente, o simplemente por un servicio de rampa de varada. También la recepción de la embarcación y la grúa.

Los servicios periféricos son aquellos que no se pueden disfrutar si no se utilizan los servicios básicos. Es el caso de los suministros de agua, electricidad, retirada de aceites...

En cambio, los servicios base-derivados sí pueden utilizarse sin ser usuario de los servicios base. Un servicio base-derivado importantísimo en una instalación náutica de recreo es el varadero. Su existencia implica, en la mayoría de los casos, la presencia de talleres mecánicos, de electricidad y electrónica, carpintería, etc.

Por último, los servicios complementarios son aquellos que no están directamente ligados a la náutica y que se añaden para diferenciar la oferta de nuestra organización de la competencia. Puede ser servicio de

lavandería, restauración, supermercados, locales de ocio, estación para repostar carburante, etc.

Los tipos de servicios náuticos que se ofrecen a los usuarios y embarcaciones de los puertos deportivos andaluces, según cantidad y diversidad, pueden servir de indicador de sus cualidades y potencialidades para el turismo náutico.

Los resultados en el caso de Andalucía indican que sólo un 62% de las instalaciones portuarias cuenta con servicios de alquiler de embarcaciones, un 80% con servicio de lavandería, un 46% de los puertos deportivos con servicio de alquiler de coches, tan sólo un 46% con oferta de excursiones marítimas y menos del 35% con locales de ocio y diversión. (Rivera Mateos, 2010)

2.3. TIPOS DE PRODUCTO NÁUTICO

El abanico de productos náuticos que se ofertan en Andalucía es muy amplio con productos tan diversos como la vela, el chárter náutico, windsurf, remo... Esta oferta se distribuye normalmente en puertos deportivos, estaciones náuticas o clubs deportivos que disponen de todo lo necesario para su práctica.

Cabe mencionar que las estaciones náuticas pueden considerarse en sí mismas como un producto náutico, ya que ofertan multitud de actividades para el turista náutico-deportivo. Las estaciones náuticas y el chárter náutico se analizarán de forma individual posteriormente por su especial relevancia.

A continuación, se hace una clasificación de las principales actividades que se ofertan según su consolidación en el mercado:

Tabla 1: Productos de turismo náutico-deportivo en España

Productos de turismo náutico-deportivo en España	
Productos consolidados	Navegación en tránsito
Productos emergentes	Chárter náutico (con o sin tripulación)
	Estaciones náuticas
	Submarinismo
	Surf, windsurf, kitesurf, etc.
	Motos acuáticas
Nuevos productos	Pesca deportiva
	Remo y kayak
	Parasailing

Fuente: GMM Consultores Turísticos (1998) El turismo náutico en España.

2.3.1. Estaciones náuticas

Estas se pueden definir como un proyecto que persigue orientar un destino turístico litoral hacia la práctica de deportes náuticos. Este producto ofrece de forma conjunta servicios de alojamiento, actividades náuticas deportivas, oferta de restauración y comercial, diferenciándose respecto a la actual oferta náutica en su gestión y comercialización. (Ferradás Carrasco, S., 2002).

En 1998 se creó la Asociación Española de Estaciones Náuticas como instrumento para ofrecer una solución competitiva al turismo náutico deportivo. Se alienta a la creación de productos de calidad bajo los principios de sostenibilidad y desarrollo equilibrado del sector turístico.

Según esta asociación, su principal objetivo consiste en transformar determinados destinos turísticos de sol y playa en destinos con una clara orientación a los deportes náuticos. De esta forma, los deportes náuticos pasan a convertirse en el beneficio básico del producto, en lugar de formar parte de la oferta complementaria como en el producto de sol y playa tradicional. A largo plazo su misión es apoyar la estructuración de la oferta náutica en la costa española, así como ayudar a conseguir un mayor grado de desestacionalización de la demanda. En realidad, esta asociación ha convertido la denominación Estación Náutica en una marca que funciona como estrategia de diferenciación para aquellos destinos asociados.

Andalucía cuenta con cinco estaciones náuticas: Isla Cristina (Huelva), Cádiz Dos Mares, Costa Tropical (Granada), Bahía de Almería y la nueva estación náutica de aguas interiores en la Subbética. Esta última es miembro de la AEEN.

2.3.2. Chárter náutico

Otro producto turístico de gran importancia en el sector es el chárter náutico. Consiste sencillamente en el alquiler de una embarcación, con o sin tripulación, de forma que el usuario tenga acceso a la navegación de recreo sin la necesidad de realizar la gran inversión que conlleva comprar una embarcación. Una de las características principales de esta modalidad es la flexibilidad para decidir al usuario tanto el destino como la duración del viaje, sin estar sujeto a ningún tipo de programación o rutas preestablecidas por otros servicios.

Es un segmento del turismo náutico que está consiguiendo cada vez más adeptos, gracias al cual hay más aficionados a la náutica. La clientela del chárter náutico es generalmente de clase media-alta, al ser más asequible esta opción que la compra, pero también de clase alta que no ve viable comprar una embarcación debido a la falta de amarres, o ha considerado excesivo el desembolso o simplemente no va a hacer un uso continuado de ella. Aunque se puede decir que se ha reducido la imagen de

elitismo de la náutica, y se ha acercado a una gran masa de población la posibilidad de disfrutar de una embarcación aún se necesita trabajar en romper con esa imagen elitista.

Se trata de un sector muy atomizado, explica el director general de Asociación Nacional de Empresas Náuticas en una entrevista. El perfil de las empresas que se dedican a los chárter es el de una pyme de entre tres y cuatro empleados que puede gestionar un promedio de entre 5 y 20 embarcaciones.

Actualmente, para suavizar la estacionalidad del sector, los empresarios realizan ofertas específicas de fines de semana o puentes que incluyen el alquiler de barcos para fiestas, celebraciones, actividades subacuáticas o pesca deportiva de altura. Asimismo, el chárter náutico se puede utilizar para la organización de eventos para empresas como incentivo e incluso para la realización de actividades que fomenten la sensibilización con el mar como serían los viajes con fines científicos o de ocio, como pueden ser avistamiento de cetáceos.

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta el chárter náutico es la escasa regulación de la oferta y el alto porcentaje de intrusismo en el sector. Numerosos particulares que, sin cumplir unas mínimas normas de seguridad, sin estar sometidas a ningún control y sin pagar impuestos, ofrecen sus servicios.

2.4. LEGISLACIÓN, CLASIFICACIÓN Y MODALIDAD DE GESTIÓN DE LOS PUERTOS DEPORTIVOS

La Constitución Española reserva al Estado, en su artículo 149.1.20º, la competencia exclusiva en materia de marina mercante y sobre los puertos de interés general. Por su parte, el artículo 148.1.6º CE dispone que los puertos de refugio, deportivos, y en general los que no desarrollen actividades de carácter comercial podrán ser asumidos como competencia propia de las Comunidades Autónomas en sus Estatutos. Las comunidades autónomas gestionan el 80% de los puertos, frente al 20% del Estado.

2.4.1. Clasificación de los puertos marítimos

Los puertos marítimos pueden ser clasificados en base a dos criterios: según la naturaleza de las operaciones de tráfico que realizan, en puertos comerciales y no comerciales, y según la relevancia de su función en el conjunto del sistema portuario español, en puertos de interés general y puertos que no son de interés general. El artículo 4 del Texto Refundido de la Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante dispone que para que un puerto sea considerado puerto de interés general debe cumplir los siguientes requisitos:

- Que se efectúen en ellos actividades comerciales marítimas internacionales.
- Que su zona de influencia comercial afecte de forma relevante a más de una Comunidad Autónoma
- Que sirvan a industrias o establecimientos de importancia estratégica para la economía nacional
- Que el volumen anual y las características de sus actividades comerciales marítimas alcancen niveles suficientemente relevantes o respondan a necesidades esenciales de la actividad económica general del Estado.
- Que por sus especiales condiciones técnicas o geográficas constituyan elementos esenciales para la seguridad del tráfico, especialmente en territorios insulares.

No obstante, cabe la posibilidad de que con posterioridad se produzcan cambios en la clasificación.

2.4.2. Modalidades de gestión de los puertos deportivos

La gestión de un puerto podrá tener lugar de forma directa, por la propia Administración, o de forma indirecta, permitiendo que la gestionen particulares u otras Administraciones distintas a la titular de la instalación (contrato de concesión).

A su vez, la gestión directa podría llevarse a cabo de dos formas: centralizada o descentralizada. La centralizada es aquella que se lleva a cabo por órganos de la propia Administración. Y por el contrario, la descentralizada consiste en la creación de un ente con personalidad jurídica al que se atribuye la gestión del servicio. Se podrá llevar a cabo mediante la creación de una agencia pública administrativa, o bien una empresa pública.

En el caso andaluz, al igual que sucede en la mayoría de las CCAA, se ha optado por una fórmula descentralizada de gestión de los puertos autonómicos, mediante la creación de un ente público al que se le encomienda el ejercicio de las funciones que en materia de puertos tiene atribuidas la administración andaluza.

En ambos casos, la Administración titular conserva las facultades de control y potestades inherentes a su condición de titular, tales como la potestad tarifaria, sobre calidad y cantidad de la prestación.

En los casos en los que la gestión se encuentre cedida en concesión, ésta puede estar otorgada bien a una sociedad mercantil o bien a un Club Náutico. Cuya caracterización como entidad depende de la existencia, o no, de ánimo de lucro por parte de sus entidades gestoras. El objetivo de lucro es el elemento diferencial básico a la hora de analizar su comportamiento económico. Así, las sociedades mercantiles son organizaciones cuyo objetivo último es la rentabilidad a largo plazo, mientras que un club náutico articulado como asociación no busca, ni puede distribuir por ley, beneficios entre sus asociados. Uno de los objetivos principales de los clubs náuticos es promover los deportes náuticos. (García Reche, A., Marco Serrano, F. y Nieto Corredera, D. 2010)

Los puertos de gestión indirecta presentan cierta desventaja frente a los gestionados directamente por la Administración, esto se debe a que están sujetos a un pago fijo a la Administración independientemente de su margen de beneficios, lo que incide directamente en su capacidad de invertir en las instalaciones y servicios del puerto así como en la competitividad de sus precios. Otro inconveniente al que se enfrentan es la complejidad de la normativa de aplicación, especialmente la autonómica en materia de tasas obliga a los concesionarios a recurrir a verdaderos expertos en la materia. Además, por lo general los importes que grava a las concesiones administrativas autonómicas resultan superiores a las estatales. No obstante se dan supuestos en los que el autonómico supera al estatal.

Para contribuir al desarrollo del sector, es necesario que el país disponga de un marco jurídico y normativo adaptado a las actividades náuticas que sea claro, preciso y flexible para que permita un acceso libre a la navegación. Los países del sur de Europa poseen un marco normativo mal adaptado, cuya aplicación a menudo es muy exigente y constituye un obstáculo para el desarrollo de la navegación deportiva.

CAPÍTULO 3 ESTADO DE LA CUESTIÓN

El siguiente capítulo tiene por objeto estudiar la situación actual de la náutica de recreo en Andalucía. Para ello se comienza analizando las características de la oferta y el perfil de la demanda. A continuación, se realiza una comparativa con la competencia nacional, así como con otros países del mediterráneo. La siguiente parte consiste en un análisis pormenorizado del impacto económico de la náutica de recreo. En último lugar, se hace mención especial al turismo náutico en la Costa del Sol.

3.1. OFERTA DE PUERTOS DEPORTIVOS DE ANDALUCÍA

Andalucía cuenta con aproximadamente 71 instalaciones náuticas, de las cuales, 55 son puertos deportivos que ofrecen un total de 20.272 atraques. Destaca la provincia de Cádiz con el 34,5% de la oferta en puertos, seguida por Málaga con un 20,0%. Conjuntamente, aportan el 60% de los atraques ofertados en los puertos deportivos de la comunidad andaluza.

Tabla2: Oferta de amarres y puertos deportivos en Andalucía en 2013

2013	AMARRES	%	PUERTOS	%
ALMERÍA	4.055	20,0	10	18,2
GRANADA	420	2,07	2	3,6
MÁLAGA	4.620	22,8	11	20,0
CÁDIZ	7.700	38,0	19	34,5
SEVILLA	403	2,0	3	5,6
HUELVA	3.074	15,1	10	18,1
TOTAL	20.272	100	55	100

Fuente: FEAPDT. Informe anual del 2013 de puertos deportivos en España (2014)

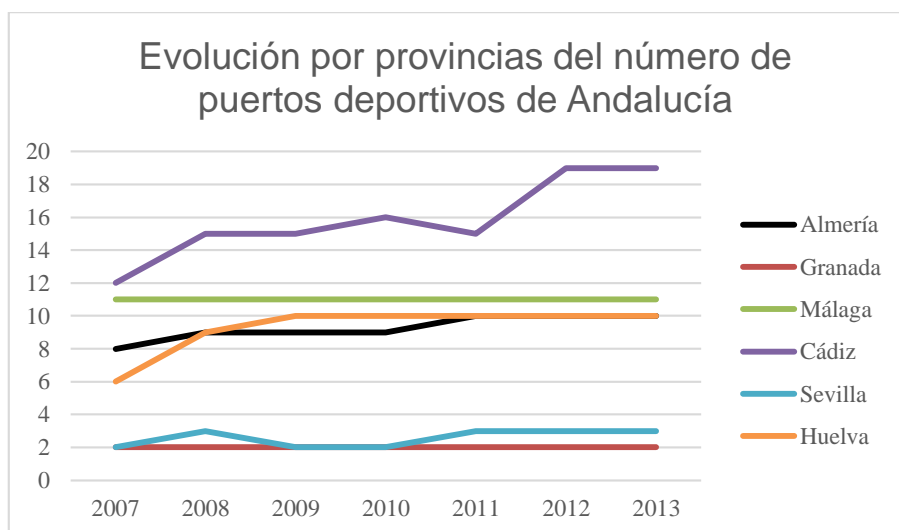
Respecto a la evolución del número de puertos deportivos y amarres en Andalucía:

Tabla 3: Evolución de amarres y puertos deportivos de Andalucía

AÑO	AMARRES	VARIACIÓN INTERANUAL	PUERTOS	VARIACIÓN INTERANUAL
2007	14.946	-	41	-
2008	15.654	4,73%	49	19,54%
2009	17.685	12,97%	49	0%
2010	18.794	6,27%	50	2,04%
2011	19.309	2,74%	51	2%
2012	20.298	5,12%	55	7,84%
2013	20.272	-0,13%	55	0%

Fuente: FEAPDT. Informe anual del 2013 de puertos deportivos en España (2014). Elaboración propia.

Durante este periodo se observa un crecimiento paulatino del número de puertos y amarres en Andalucía. A excepción del año 2009 y 2013 donde el número de puertos permanece estable con respecto al año anterior. Hay que mencionar que el número de amarres en el 2013 disminuye sensiblemente (disminución 0,13%) con respecto al 2012. Esto puede deberse al cierre de algunos amarres.

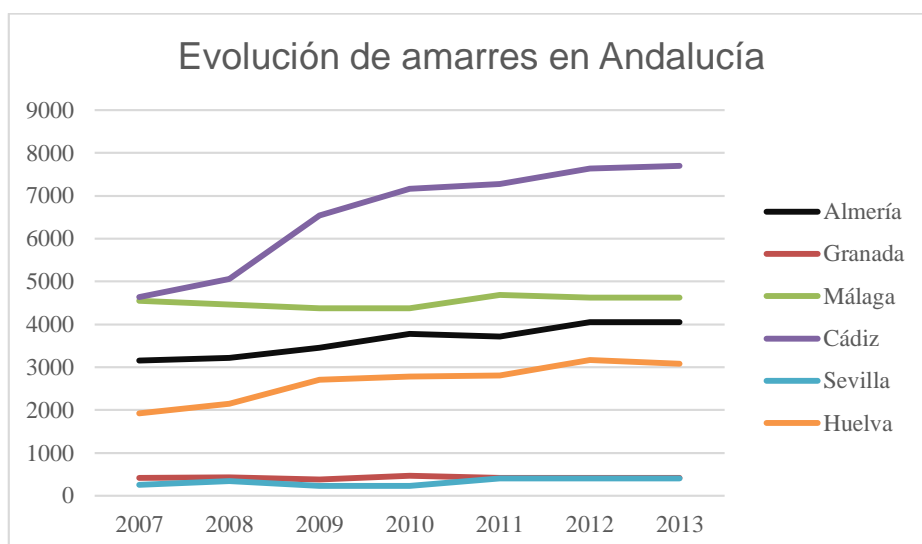
Gráfico 1: Evolución por provincias del número de puertos deportivos en Andalucía

Fuente: FEAPDT. Informe anual del 2013 de puertos deportivos en España (2014) Elaboración propia.

En cuanto a la evolución del número de puertos deportivos distribuidos por provincias, se observa que la oferta de Málaga y Granada

permanece estable desde el 2007. En el caso de Almería, Sevilla y Huelva el incremento ha sido poco notorio. Cádiz es sin duda la provincia que ha experimentado el mayor crecimiento en número de puertos deportivos, respecto al resto de provincias andaluzas. En el periodo de 2007 a 2013 el incremento de su oferta ha sido de 58% aproximadamente.

Gráfico 2: Evolución por provincias del número de amarres en Andalucía



Fuente: FEAPDT. Informe anual del 2013 de puertos deportivos en España (2014) Elaboración propia.

En amarres, Sevilla y Granada, siguen siendo las que cuentan con menor oferta. Almería y Huelva presentan un ligero crecimiento positivo, siendo mayor el número de amarres en el caso de Almería, aunque que en las dos provincias tienen el mismo número de puertos. Málaga se mantiene constante en el número de amarres al igual que lo hacía con el número de puertos. Por el contrario Cádiz experimenta un importante crecimiento, ya que en el año 2007, poseía un número de amarres similar al de la provincia de Málaga, pero en la actualidad, lo supera en más de 3000 amarres.

Por lo que respecta a quién es el organismo encargado de gestionar estas instalaciones, es necesario distinguir entre aquellas que se encuentran bajo competencia estatal (22,4%) y el resto (77,6%) que dependen de la Comunidad Autónoma andaluza. Dentro de estos últimos, casi el 30% se corresponden con gestión directa, mientras que el 70% dependen de la gestión de la iniciativa privada. Según el informe del año 2013 de la Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos, el número de atraques en España asciende a 132.930, ocupando Andalucía el

tercer puesto en el ranking nacional con el 15,3% del total por detrás de Cataluña (23,1%) y Baleares (19,9%).

A continuación se detalla la oferta de puertos deportivos según sean competencia del Estado o de la comunidad andaluza:

Tabla 4: Instalaciones portuarias de interés general en Andalucía:

Huelva	Tarifa	Motril
Sevilla y su ría	Bahía de Algeciras	Almería
Cádiz y su Bahía que incluye: El Puerto de Santa María, el de la zona Franca de Cádiz, Puerto Real, El Bajo de la Cabezuela y Puerto Sherry	Málaga	Carboneras

Fuente: Quiles, A. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica

Tabla 5: Puertos autonómicos (gestionados por la APPA)

Huelva	Sanlúcar de Guadiana
	Isla Cristina
	Isla Canela
	El terrón
	El Rompido
	Ayamonte
	Punta Umbría
	Mazagón
Cádiz	Conil
	Barbate
	Rota
	Sotogrande
	Chipiona
	Gallineras
	Sancti Petri
	La Atunara
	P. América
Bonanza	
Málaga	Estepona

	Marbella
	La Bajadilla
	P. Banús
	Fuengirola
	Caleta-Vélez
	La Duquesa
	El Candado
	Cabopino
	Benalmádena
Granada	Punta de la Mona
Almería	Adra
	Almerimar
	Aguadulce
	San José
	Roquetas de Mar
	Garrucha
	Villaricos
	Carboneras
Sevilla	Gelves

Fuente: Quiles, A. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica. Elaboración propia.

En Andalucía en base a datos de la Empresa Pública de Puertos de Andalucía, la comunidad dispone de 48 puertos deportivos repartidos entre las provincias de Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla. El resto están bajo competencia estatal.

En la costa andaluza se aprecian varios niveles de desarrollo en cuanto a la oferta náutica se refiere. La Junta de Andalucía en su informe anual de 2012 sobre turismo en puertos deportivos de Andalucía realiza una clasificación teniendo en cuenta el número de puertos deportivos y amarres donde distingue tres niveles:

- Primer nivel: La Costa del Sol y en menor medida Cádiz como las dos áreas de mayor desarrollo en número de puertos deportivos y de oferta turística en torno a los mismos.
- Segundo nivel: La Costa de la Luz con un gran desarrollo en los últimos años y Almería.
- Tercer nivel: La Costa Tropical y los puertos de interior de Sevilla, que cuentan con una oferta reducida en comparación al resto de zonas.

Aunque Andalucía cuenta con una oferta muy variada y diferentes grados de desarrollo del turismo náutico, se pueden establecer unas características comunes de los puertos deportivos:

- Una imagen de marca que procede principalmente de la Costa del Sol, ya que el resto necesita consolidar su marca.
- Diversidad ya que la costa andaluza está bañada por dos mares que condicionan las instalaciones portuarias creando una oferta variada y rica. La zona atlántica con navegación más compleja y clima más frío y la zona mediterránea con aguas más tranquilas, más diversidad de puertos y ambientes.
- La cantidad y cercanía de los puertos que permite tener acceso a una gran diversidad de oferta turística.
- Precios variados que van desde los más baratos en puertos de gestión directa a los más caros, incluso asociados a una oferta de lujo.
- Servicios e infraestructuras portuarias, en general, considerados de calidad.
- Seguridad: España aporta tranquilidad al turista de origen extranjero, una variable que dota de gran valor al destino y que otras potenciales zonas competidoras no poseen.

No obstante, aunque Andalucía cuenta con una amplia oferta náutica y con importantes potencialidades para posicionarse como un destino de referencia en el sector, aún es un segmento turístico poco visible en algunos tramos del litoral andaluz. La escasa orientación hacia el turismo de las instalaciones portuarias y la falta de integración con las empresas náuticas pueden ser algunas de las causas del lento desarrollo del sector.

3.2. EL ANÁLISIS Y ESTUDIO DE LA DEMANDA

Es necesario estudiar y analizar a la demanda del sector ya que supone el elemento principal para crear y adaptar la oferta náutica a sus gustos y necesidades, y así poder llevar a cabo las políticas oportunas que optimicen las inversiones y minimicen costes.

En términos generales destaca el turista nacional como principal mercado del turismo náutico. Sin embargo, su desarrollo ha sido relativamente reciente ya que en España no se tiene la cultura náutica de otros países europeos como Gran Bretaña o Alemania, a pesar del gran potencial que posee. Para esta demanda prevalece el lado social antes que la práctica en sí de la navegación. Muchos de éstos adquirieron durante el boom inmobiliario una segunda residencia en Andalucía y una embarcación, tanto turistas de la propia comunidad como del norte de España, Extremadura y Madrid.

Por su parte el turista internacional procede principalmente de Gran Bretaña, Alemania y en menor medida, de Centroeuropa y Países Nórdicos, países donde existe una gran cultura de navegación y donde se desarrolla esta actividad durante todo el año.

Según la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía en su informe anual sobre los puertos deportivos, entre los turistas internacionales de este sector turístico se pueden distinguir diferentes tipologías:

A. Turista de puerto base:

- Turistas jubilados o prejubilados que han adquirido una segunda vivienda en Andalucía donde pasan la mayor parte del año. Valoran la cercanía del puerto deportivo y las comunicaciones.

- Turistas que dejan sus embarcaciones durante el invierno en puertos andaluces. Esta tipología valora las conexiones aéreas y AVE.

B. Turista de tránsito:

- Turistas que incluyen en sus rutas de navegación a Andalucía como uno de los puertos de parada antes de llegar a su destino final.

- Turistas que tienen como destino Andalucía.

Según los expertos y salvo excepciones, los puertos deportivos no son un reclamo en sí mismo, sino que es más importante el destino en su conjunto, donde confluye la oferta complementaria dentro y fuera del puerto, los recursos turísticos naturales, patrimoniales, clima, accesibilidad, etc.

3.2.1. Perfil del turista de puertos deportivos de Andalucía

A continuación se describe el perfil del turista náutico en la comunidad andaluza, éste ha sido realizado por la Consejería de Turismo y Comercio a partir de encuestas a la demanda en 7 puertos deportivos de Andalucía. (Turismo en Puertos Deportivos de Andalucía. Informe anual 2013)

Andalucía recibió en el año 2013 un total de 373 mil turistas de puertos deportivos, lo que supone un incremento respecto al 2012 del 4,3%.

Al analizar la estancia media se observa que los turistas permanecen en los puertos deportivos andaluces una media de 11,3 días, situándose algo más

de un día por debajo de la cifra correspondiente al año 2012. Es decir, estos turistas presentan una estancia media superior en algo más de 2 días a la registrada por el total de turistas durante el año 2013 (9,1 días).

El gasto medio diario de los turistas de este segmento en el destino andaluz se ha estimado en 65,31 euros, superando en 6,30 euros al realizado por la media de los turistas. Esta variable se ha situado 0,81 céntimos por encima al valor correspondiente al año 2012. Hay que destacar que esta tipología turística recoge el gasto de partidas específicas como son el atraque, las reparaciones o mantenimiento del barco y la compra de gasolina, que conjuntamente suponen casi el 25% del presupuesto, también destacan las partidas de restauración con el 14% del gasto y las compras, alimenticias o no, con el 10%.

En relación al sexo y procedencia de los turistas náuticos que visitaron Andalucía en 2013, se caracterizan por una mayor presencia de hombres ya que el 68% de los usuarios de actividades náuticas fueron hombres frente al 32% de mujeres.

El mayor peso en la demanda del turismo náutico en el destino andaluz cae sobre los turistas nacionales (73,6%), destacando los propios andaluces y madrileños como principales emisores. También tienen importancia los mercados británico y alemán.

En cuanto a la motivación de los turistas, el 42,2% afirma que la elección de la costa andaluza como destino se ha visto influenciada por el disfrute del sol y la playa y con la visita a amigos y familiares (13,6%). El resto no presenta una motivación secundaria.

La valoración media que realizan de los puertos deportivos de Andalucía, y en general de la comunidad como destino, es de notable (7,8 puntos, en una escala de 1 a 10), algo inferior que la puntuación que otorgan el total de turistas (8 puntos).

Como principal factor que influye a la hora de elegir este destino turístico se encuentra el clima. Seguida de esta variable está la diversidad y calidad de los servicios. Otro de los aspectos más relevantes es la distancia al lugar de residencia, aunque la mayoría cuenta con un alojamiento en las cercanías de la instalación.

Por otro lado la cultura, entendida en gran medida como el folklore y la gastronomía, también tiene un fuerte peso en su decisión. Conociendo esto, las estrategias de promoción y diferenciación, deben ir enfocadas a potenciar una imagen de destino que refleje lo autóctono.

A partir del análisis de la demanda del sector los agentes náuticos encargados de gestionar las instalaciones deben tener muy presente el perfil y características de los clientes potenciales, y así en función del tipo de

demandante que quieren captar, dirigir sus esfuerzos en materia de promoción y comercialización de su producto.

3.3. IMPLICACIONES SOCIOECONÓMICAS DEL TURISMO NÁUTICO

La actividad turística es una potente fuente generadora de riqueza y empleo de nuestra economía, contribuyendo de forma directa aproximadamente con un 11% del Producto Interior Bruto nacional. El porcentaje de producción de empleos directos e indirectos es similar.

Dentro del sector, el turismo náutico se ha consolidado como un motor de desarrollo de los destinos de costa, registrando un importante retorno económico y creando empleo. Esta tipología de turismo se caracteriza por un elevado consumo de servicios y un fuerte consumo de servicios intermedios.

Una instalación náutica de aproximadamente 400 amarres para que tenga un funcionamiento óptimo puede necesitar de 10 empleados. Pero la aportación económica del sector no se reduce únicamente al efecto directo, sino que su actividad afecta al resto de la economía de forma indirecta por lo que habría que añadirle el empleo indirecto generado, que sumado a la cifra anterior da un total aproximado de 40 a 60 puestos de trabajo. (Ferradás Carrasco, S., 2001)

Tabla 6: Empleo generado por una instalación de 400 amarres

	Número de empleados
Personal de gestión y marinería	10
Talleres reparación y mantenimiento	3-20
Abastecedor de embarcaciones	3
Ventas, alquileres	3
Chárter	10
Tienda de provisiones	5
Bar /Restaurante	10
Total	44 - 64

Fuente: Ferradás Carrasco, S., 2001

El efecto multiplicador del impacto del subsector de la náutica de recreo indica que el empleo total puede sextuplicar el efecto directo inicial. Se detalla a continuación en el siguiente cuadro.

Según datos presentados por la Asociación Náutica de Empresas Españolas (ANEN) en las "I Jornadas de la Náutica" celebradas el pasado mes de abril en Málaga se cifra en 15.000 los empleos directos generados por el sector de las actividades náuticas españolas y en aproximadamente 114.000 el efecto total sobre el empleo.

Tabla 7: Impacto económico de la náutica de recreo sobre el empleo (Año 2009)

	Número de empleos
Empleo directo	15.000
Empleo indirecto	75.891
Empleo inducido	22.846
Empleo total	113.737

Fuente: Sanlorenzo, C. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica

A las cifras anteriores sobre empleo, hay que añadirle un factor relevante como es el volumen total de negocio generado, que se cifra en 5.536 millones de euros.

En el año 2009, el efecto directo de la náutica de recreo se corresponde con 1.057 millones de euros. Pero la aportación económica no se reduce únicamente a este dato, sino que su actividad afecta al resto de la economía de forma indirecta. El efecto indirecto del sector en el conjunto de la economía ascendió a 3.567 millones de euros. A estos dos efectos se le suma un tercero, el cual surge porque todos los sectores implicados tanto directos como indirectamente, obtendrán mayores niveles de ingresos salariales y del capital, por lo que demandarán del resto de la economía más producción. En este caso, el turismo náutico logró inducir 913 millones de euros en el 2009.

Tabla 8: Impacto económico de la náutica de recreo sobre el VAB (Año 2009)

	Millones de euros
Efecto directo	1.057
Efecto indirecto	3.567
Efecto inducido	913
Impacto total	5.536

Fuente: Sanlorenzo, C. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica

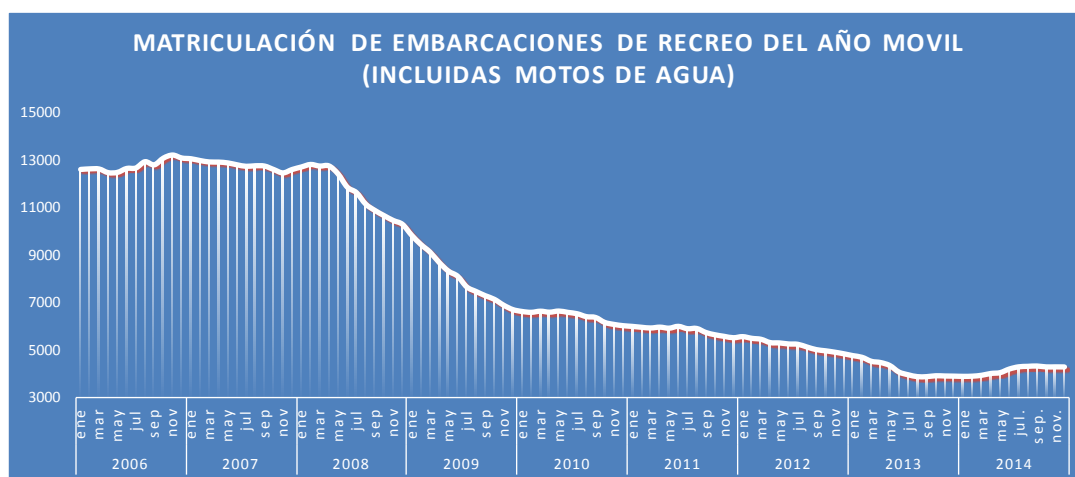
Si se analiza cada efecto por separado se observa que la importancia que tiene el efecto indirecto, frente al directo y al inducido es mayor.

Estos datos ponen en evidencia que las instalaciones náuticas apoyan a los hoteles, restaurantes etc. (oferta circundante) y que estos establecimiento consiguen unos beneficios más altos que donde no existen dichas instalaciones. Smith, C. y Jenner, P., 1988)

Al comparar los beneficios obtenidos entre entidades gestionadas en régimen de asociación con las gestionadas en régimen mercantil se observa que existe cierta dispersión de los resultados. Esto no es extraño ya que los clubs náuticos no tienen incentivo alguno para generar beneficios. Esto quizá pueda explicar que los ingresos por amarre obtenidos por puertos deportivos gestionados por asociaciones son inferiores en un 45% a los de los puertos deportivos no gestionados por estas (3.698,94 € vs. 6.686,47€), y que sus gastos de personal por amarre sean, sin embargo, un 37% superiores (1.391,14 € vs. 1.015,65 €). (García Reche, A., Marco Serrano, F. y Nieto Corredera, D., 2010)

Siguiendo con el análisis de la situación actual de la náutica de recreo, es necesario estudiar la evolución que han tenido en los últimos años las matriculaciones de las embarcaciones de recreo. A continuación se observa esta evolución en el siguiente gráfico:

Gráfico 3: Evolución de las matriculaciones de embarcaciones de recreo



Fuente: Fuente: Sanlorenzo, C. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica

Al comparar las matriculaciones de 2010 y 2011 con las del 2007, año anterior al comienzo de la crisis económica, se observa que éstas se han reducido significativamente como consecuencia de la crisis.

Durante los años 2012 y 2013 se confirmaba la tendencia negativa del sector. Existía una situación de la náutica cada vez más crítica. Al tomar como referencia el año 2007, el sector había perdido el 67,39% de su volumen en 2013.

Según la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (con datos facilitados por la Dirección General de la Marina Mercante) no es hasta el 2014 cuando el sector náutico consigue cerrar el año con cifras positivas, alcanzando un incremento en el número de matriculaciones de 9,92%.

El aumento de alquiler de todo tipo embarcaciones de recreo (+56,72% en 2014, con respecto al año anterior) ha contribuido de forma clara al aumento general del mercado. Este crecimiento se ha visto favorecido por la eliminación del impuesto de matriculación para el chárter náutico.

Por subsectores los más favorecidos en 2014 fueron las motos de agua, las embarcaciones neumáticas semirrígidas y la vela. Por el contrario las embarcaciones a motor bajan levemente.

En lo que ha transcurrido de año para el secretario general de ANEN, Carlos Sanlorenzo: “El sector ha dejado atrás la caída del mercado que desde octubre de 2013 viene arrojando cifras positivas, lo que nos hace mirar el futuro con esperanza”. A esta declaración añade que “sin embargo, el análisis de los datos demuestra que este crecimiento se refleja en aquellos subsectores, como es el alquiler, y en la demanda de embarcaciones menores, que o bien históricamente soportan la menor carga fiscal (esloras hasta 8 metros, exentas del impuesto de matriculación) o bien se han beneficiado recientemente de alguna medida tributaria favorable, como ha sido la eliminación del impuesto de matriculación para las embarcaciones destinadas al alquiler”. (www.anen.es Junio 2015)

A partir de estos últimos años esperanzadores, donde el turismo náutico no ha dejado de crecer desde finales del 2013 y aunque lo ha hecho de forma moderada, se puede prever el despegue del sector después del retroceso sufrido por la crisis económico-financiera.

3.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

A la hora de hablar de los destinos competidores de Andalucía en turismo náutico, la atención y análisis se centra principalmente en dos ámbitos: Competencia nacional y destinos competidores fuera de España.

3.4.1. Competencia nacional

La mayoría de los puertos deportivos españoles, se encuentran situados en la costa mediterránea, aproximadamente el 61%. Por orden de mayor a menor, las comunidades autónomas con mayor número de puertos deportivos son: Baleares, Andalucía, Galicia, Cataluña, Canarias y Comunidad Valenciana. Éstas suman aproximadamente el 81% del total de puertos deportivos de España.

En cuanto se refiere al número de amarres, Cataluña es la que cuenta con mayor oferta, un 23% del total español. Le siguen Baleares, Andalucía y Valencia, puertos de mediana capacidad. En el caso de Andalucía, cuenta con el mismo número de puertos que Baleares pero esta última tiene mayor capacidad.

Cataluña como destino náutico está consolidado, cuenta con una amplia oferta de puertos deportivos lo que supone un gran atractivo para los navegantes. A esto se le añade una amplia oferta complementaria.

En general tienen un mayor peso la oferta de puertos pequeños, siendo la ciudad de Barcelona donde se localiza el de mayor tamaño. Este destino además ofrece servicios de más calidad que la media en Andalucía.

Baleares se caracteriza por su litoral con numerosas calas muy atractivas para el turismo náutico. Cada una de las islas (Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera) tiene una imagen de marca consolidada. El archipiélago tiene una larga tradición turística y una amplia oferta complementaria.

Entre sus ventajas comparativas se encuentran las magníficas condiciones meteorológicas para la navegación, su situación estratégica ya que tiene una posición central en el mediterráneo o el rápido y frecuente acceso a las principales capitales europeas. A diferencia de los puertos de otras comunidades, Baleares tiene atraques para para grandes embarcaciones.

La Comunidad Valenciana, aunque no se posiciona como un destino consolidado, vio incrementada su oferta de forma considerable debido a la celebración de los grandes eventos deportivos, Copa América y Ocean Race. Estas pruebas tan mediáticas necesitaron de una gran inversión en instalaciones.

Con respecto, al chárter náutico en España no existe mucha actividad, con excepción de Baleares donde tiene mayor presencia.

Tabla 9: Puertos deportivos y amarres por Comunidades Autónomas en España

CC.AA	PUERTOS	%	AMARRES	%
BALEARES	55	14,9	22431	16,9
GALICIA	53	14,4	12356	9,3
ANDALUCÍA	55	14,9	20298	15,3
CATALUÑA	50	13,6	30770	23,1
CANARIAS	44	12	8234	6,2
VALENCIA	42	11,4	19641	14,8
MURCIA	19	5,2	6521	4,9
PAÍS VASCO	20	5,4	5664	4,3
ASTURIAS	17	4,6	2547	1,9
CANTABRIA	11	3	3693	2,8
MELILLA	1	0,3	493	0,4
CEUTA	1	0,3	300	0,2
TOTAL	368	100	132948	100

Fuente: FEAPDT. Informe anual del 2013 de puertos deportivos en España (2014) Elaboración propia.

Según las estimaciones realizadas por la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN), en España hay una embarcación de recreo por cada 207 habitantes, con una flota total que rebasa las 200.000 embarcaciones. En el caso de Italia hay una embarcación por cada 98 habitantes. España se encuentra muy por debajo de países como Estados Unidos, una por cada 18 habitantes o Noruega una por cada 6 donde existe una gran cultura hacia el mar. (I Jornadas de la Náutica, 2015).

3.4.2. Destinos competidores de fuera de España

Los países de la cuenca mediterránea son fuertes competidores de Andalucía. Están llevando a cabo importantes esfuerzos para el desarrollo del turismo náutico. Especialmente, Grecia y Turquía trabajan en un Plan de Creación y Ampliación de la oferta, y Croacia concentra sus esfuerzos en la mejora cualitativa.

- Grecia

Grecia cuenta con el gran atractivo que supone la navegación en aguas tranquilas y con litorales de gran belleza. Además, cuenta con el aliciente de ser un destino más barato que Andalucía. Su oferta complementaria es de gran atractivo (riqueza monumental e histórica, pueblos pintorescos, naturaleza, arqueología, gastronomía, etc.)

Para facilitar el desarrollo del turismo náutico, el país dispone actualmente de un total de 6.661 amarres. Sin embargo, como se ha comentado con anterioridad, están llevando a cabo grandes esfuerzos para impulsar el desarrollo de infraestructuras y que ello se traduzca en la creación de un total de 22 nuevas marinas, que supondrán 4.227 nuevos amarres. (Garau Vadell, J., 2003)

En su oferta náutica de recreo destaca el chárter náutico. En la actualidad cuenta con una flota de aproximadamente 4000 barcos con licencia de chárter, que se dedican al alquiler con o sin tripulación. En su mayoría la oferta náutica del sector chárter en Grecia está orientada hacia los veleros, incluyendo en este segmento a los catamaranes. El porcentaje aproximado de este tipo de embarcación para el chárter náutico está en torno al 85 % del total de la flota.

- Turquía

Al igual que Grecia, Turquía se posiciona como un fuerte competidor de España. Está aumentando su oferta con la creación de nuevos puertos.

Entre sus ventajas comparativas se encuentran la buena navegabilidad, una amplia variedad de destinos náuticos que destacan por su peculiaridad y exotismo, y una oferta complementaria atractiva. Destaca su reconocida gastronomía. En la actualidad este destino está perdiendo peso en el sector por la inseguridad y problemas de mantenimiento de los puertos deportivos.

- Italia

Italia es uno de los países del mediterráneo que cuenta con más tradición en el sector náutico. Se caracteriza por sus atractivas costas, desde el golfo de Génova, hasta Sicilia. En la actualidad cuenta con un total de 27025 amarres. Destaca su importante oferta complementaria.

En el chárter náutico tiene mayor peso en la zona sur de la península y en la isla de Sicilia. Aunque está ganando presencia la isla de Cerdeña.

- Croacia

Croacia ha conseguido despegar en los últimos años después de superar sus conflictos en los que ha estado inmersa. Para hacer esto posible ha necesitado de una fuerte actividad promocional.

Su diferenciación se basa en su situación estratégica en el centro del mediterráneo y sus buenas vías de comunicación por tierra, en especial con uno de sus principales mercados emisores, Alemania.

Su línea de costa está compuesta por una multitud de archipiélagos que hacen que la navegación en este destino sea muy interesante. Su oferta complementaria y la cultura e historia de sus antiguas poblaciones y ciudades ofrece un valor añadido para sus visitantes. Otro aspecto atractivo de este país son los buenos precios.

- Francia

Francia con 5.500 kilómetros de costa es un destino consolidado en el mundo de la navegación. Se pueden distinguir varias regiones donde tiene mayor presencia las actividades náuticas: Niza, Cannes, St. Tropez, Marsella, etc.

Estos pertenecen a la llamada Costa Azul, que es la zona más famosa de la costa mediterránea francesa. Es una zona de gran belleza y está considerada como un destino de lujo, aunque es la que cuenta con más masificación.

También destaca la isla de Córcega, cuyo principal atractivo es la gran cantidad de calas vírgenes a las que no se puede acceder por tierra, así como el buen estado de conservación de su entorno natural.

La oferta de chárter de la región es bastante numerosa pero aun así la demanda supera a la oferta.

- Egipto y Marruecos

Ambos son destinos fuera de la zona euro, se caracteriza tener precios bajos y estar próximos a Europa. Son destinos exóticos, que cuentan con un buen clima, pero que tienen problemas de seguridad, especialmente en el caso Egipto.

Aunque en la actualidad no sean competidores directos es necesario vigilar su evolución en el medio y largo plazo, ya que en el momento que superen sus problemas de seguridad y mejoren el nivel de sus servicios serán fuertes y directos competidores de España y por consiguiente de Andalucía.

3.5. ESPECIAL REFERENCIA A LA COSTA SOL

Un alto porcentaje de las actividades náuticas de Andalucía tienen lugar en la Costa del Sol, ya que cuenta con las infraestructuras necesarias y tiene perspectivas de incrementarlas. Hoy en día, el turismo náutico en la costa malagueña tiene un largo camino por recorrer y cuenta un gran potencial por explotar. Como pasó hace 30 años con el turismo de golf o de nieve, tiene que romper los prejuicios elitistas que existen sobre él.

Al centrarnos en el análisis la oferta náutica de la Costa del Sol, los datos que se encuentran disponibles, en cuanto al número de amarres y puertos deportivos, son los proporcionados por APPA que no coinciden exactamente a los expuestos con anterioridad en el análisis de la oferta andaluza que han sido extraídos de la Federación Española de Asociación de Puertos Deportivos y Turísticos.

En la siguiente tabla se observa como el total de amarres de la provincia de Málaga es menor que el que se indicaba anteriormente (4.498 según EPPA vs 4.620 FEAPDT) esto puede deberse a que se han construido recientemente más puntos de atraque y los datos no han sido actualizados. Esta leve desactualización no impide que estos datos ofrezcan una realidad de la oferta náutica malagueña.

A continuación se muestra una tabla con el número de amarres que corresponden a cada puerto malagueño:

Tabla 10: Puertos deportivos en la Costa del Sol

PROVINCIA	Municipio	Atraques	Cuota Málaga (%)	Cuota Andalucía (%)	Gestión
LA DUQUESA	Manilva	328	7,29	1,81	Directa
ESTEPONA	Estepona	483	10,74	2,67	Directa
P. BANÚS	Marbella	915	20,34	5,05	Directa
MARBELLA	Marbella	376	8,36	2,08	Directa
LA BAJADILLA	Marbella	268	5,96	1,48	Directa
CABOPINO	Marbella	169	3,76	0,93	Directa
FUENGIROLA	Fuengirola	289	6,43	1,60	Directa
BENALMÁDENA	Benalmádena	1053	23,41	5,81	Directa
MÁLAGA	Málaga	62	1,38	0,34	P. del Estado
EL CANDADO	Málaga	281	6,25	1,55	Directa
CALETA DE VÉLEZ	Caleta de Vélez	274	6,09	1,51	Directa

Fuente: A partir de www.eppa.es, mayo 2015). Elaboración propia

El municipio que cuenta con mayor oferta es Marbella, ya que aquí se localizan 4 de los 11 puertos de la provincia, es decir, más de una tercera parte del total. En segundo lugar, se encuentra la ciudad de Málaga, con 2 puertos deportivos, lo que representa el 7,63 % sobre el total de puestos de la provincia.

En lo que se refiere al total de amarres disponibles en la provincia, los puertos que ofrecen un mayor número de amarres son el puerto deportivo de Benalmádena con 1.053 atraques, un 23,41% del total de la provincia y Puerto Banús de Marbella con 915 amarres con 20,34% sobre el total. Como se puede observar, estas dos instalaciones suponen el 43,75% del total de oferta de amarres de la provincia de Málaga. Aunque lejos de las cifras anteriores, en tercer lugar se encuentra Estepona con 483 puntos de atraque.

Hay que destacar Puerto Banús, ya que es considerado un puerto deportivo de gran lujo. Entre su oferta de amarres existe aproximadamente una docena para yates de más de 50 metros de eslora, es decir, barcos grandes, que son propiedad de turistas con poder adquisitivo muy alto.

Esta zona se ha convertido en un verdadero enclave turístico desde que fuese inaugurado en los años 70. Se considera uno de los mayores centros de entretenimiento de la Costa del Sol y es conocido a nivel internacional. Ha obtenido la Medalla de Oro al Mérito Turístico y el "Gold Mercury International" por su trabajo en favor del desarrollo económico, cultural y social.

Según datos del Ayuntamiento de Marbella, Puerto Banús es visitado anualmente por casi 5 millones de personas.

Este puerto deportivo ocupa el cuarto puesto del ranking mundial de atraques más caros. El alquiler diario de un amarre en el puerto deportivo marbellí tiene un precio medio de 2.069 € en temporada alta. Tan solo superado por los puertos italianos de Marina Grande en Capri, Porto Cervo en Cerdeña y Marina di Portofino, en Portofino.

En cuanto al Puerto de Benalmádena, también conocido como Puerto Marina, es otro de los lugares más conocidos y visitados de la Costa del Sol. Se caracteriza por su particular arquitectura que le ha otorgado cierto reconocimiento mundial, especialmente entre el turismo europeo. Algunos de sus 1.108 amarres cuentan con capacidad para embarcaciones de hasta 35 metros de eslora y un calado de hasta 5 metros.

Puerto Marina concentra una amplia oferta complementaria, cuenta con establecimientos de todo tipo: hoteles, restaurantes, discotecas, tiendas, una zona residencial de lujo y un acuario. En sus inmediaciones también se encuentra el Club Náutico Marítimo de Benalmádena y otras actividades de ocio como complemento al turismo de sol y playa.

En 2014, la ocupación media de los puertos deportivos de la Costa del Sol fue en torno al 65%, cinco puntos más que en 2013, según el presidente de Marinas de Andalucía, José Carlos Martín.

Esto supone una mejora en la tendencia que había seguido los últimos años el sector, ya que desde 2007 se habían experimentado continuas bajadas hasta llegar a niveles de ocupación del 50%. En 2012, el sector consiguió estabilizarse algo y a partir de ahí se ha conseguido mejorar algo.

Algunos puertos como el de Benalmádena rompe con la tendencia anterior, ya que en este último año y medio este gran puerto ha conseguido niveles de ocupación medios del 92%.

Como se ha visto, la Costa del Sol ofrece una amplia oferta de puertos deportivos, pero el turista que demanda actividades náutico-deportivas no sólo busca esto sino que también exige calidad en los servicios prestados así como en las instalaciones. Conociendo la importancia de la calidad para el turista, se hace necesario ofertar un nivel óptimo, para ello es necesario llevar un control de todos los elementos que conforman este producto turístico. Esto se consigue a través de unos estándares de calidad y, además, detectando las necesidades y deseos del cliente.

Es a través de distintivos oficiales como se puede transmitir esta calidad a los usuarios. Para los puertos deportivos se otorgan las Banderas Azules, que son un distintivo que adjudica anualmente la Fundación de Educación Ambiental en Europa a las playas y puertos deportivos que poseen unos adecuados equipamientos de servicios, al mismo tiempo que respetan el medio natural. En 2015, Málaga ha conseguido 4 puertos con reconocimiento de Bandera Azul, lo que significa un 36,36% de las instalaciones de la provincia. Estos puertos son: P. D. de Caleta de Vélez 4, P. D. de Marbella, P. D. de Estepona y P. D. de la Duquesa. (www.adeac.es, Mayo 2015).

El puerto deportivo de Marbella ha sumado este 2015 a sus distintivos de calidad la ISO 9001 e ISO 14001, obtenidas como reconocimiento a su gestión ambiental y el servicio prestado a los usuarios.

CAPÍTULO 4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

4.1. ANALISIS DAFO

A continuación se realiza un análisis DAFO de Andalucía como destino para la práctica de turismo náutico, para conocer cuáles son las ventajas y desventajas, así como sus posibles oportunidades y amenazas.

Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La existencia puntual de algunas instalaciones obsoletas. - Falta de una marca de destinos como la Costa de la Luz, Granada y Almería. - Falta de vuelos directos y lejanía de los aeropuertos con excepción de la Costa del Sol. - No explotar el puerto como puerta de entrada para el consumo de la oferta complementaria, aprovechando que el turista náutico suele contar con un poder adquisitivo alto. - La costa no cuenta con numerosas calas, lo que hace que la navegación sea más monótona que en otras zonas como las Islas Baleares que tiene mayor diversidad de paisajes en el entorno. - Falta de integración de los puertos deportivos con la ciudad, en su política turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - El euro ya no resulta tan rentable para el británico, principalmente para el jubilado residente. - La competencia de otros destinos en el ámbito de Europa que ofrecen seguridad y si están fuera de la zona euro cuentan con una divisa baja. - Destinos que son competidores potenciales y cuentan con una divisa baja. Serán una fuerte competencia si superan sus problemas de seguridad y mejoran sus servicios. - La falta de apoyo del ente público en el momento de la crisis (presión fiscal, cánones, normativa compleja...) - Deterioro del litoral por falta de limpieza. - No explotar la oferta complementaria de Andalucía. - Como consecuencia de la crisis la estancia y el gasto medio del turista náutico se ha reducido y se teme que

<ul style="list-style-type: none"> - No conseguir llegar a una política de promoción y comercialización conjunta. - La falta de asociacionismo dentro del segmento de puertos deportivos y de acciones conjuntas (atomización del sector). - Desacuerdos entre los entes públicos y privados del sector. 	<p>esta tendencia permanezca en el tiempo.</p>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Características del territorio, la cultura y la oferta: clima cálido y soleado, con una fácil navegabilidad sobre todo del Mediterráneo, a lo largo de todo el año, que garantiza poder navegar incluso en invierno. - Contar con un turismo no sólo foráneo, sino autóctono. - El aeropuerto de Málaga es uno de los principales de España, garantiza vuelos diarios y conexiones directas con los principales orígenes. Aunque se hayan reducido conexiones y frecuencias, sigue siendo muy potente. - Consolidación de la actividad turística en nuestro país, contando con proyección internacional. - Gran número de puertos con una oferta mar y tierra muy diferente que se adapta a las diferentes necesidades del turista: precios, infraestructuras, oferta complementaria dentro y fuera del puerto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un destino más barato que los principales países emisores. - Potencial desestacionalizador si se da a conocer su valor de buen clima, muchas horas de sol y fácil navegabilidad. - Trabajo conjunto entre el ente público y privado para unir intereses y fuerza. - Dar a conocer la oferta complementaria, la cultura y carácter tanto al turista final como a intermediarios con el fin de explotar las fortalezas de la zona. - Ampliar la información que recibe el turista potencial no sólo con las opciones y características del puerto y la oferta de estaciones náuticas, sino que pueda elaborar un itinerario sobre la oferta complementaria, hospedaje, etc. - Posibilidad de crear paquetes y generar necesidad en torno a la oferta complementaria.

<ul style="list-style-type: none"> - Seguridad ciudadana, jurídica y sanitaria. - Puertos deportivos de calidad y algunos de reciente construcción o ampliación. - Proximidad con los mercados de origen, con una inversión en vuelo de 2 a 3 horas dependiendo del origen y cercanía a nivel de costas. - Buenos precios de los atraques, amarres en relación a los principales países emisores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Una temporada alta cada vez más larga, producida por un mayor fraccionamiento de los periodos de vacaciones de los usuarios
---	---

Fuente: Elaboración propia. A partir de Turismo en Puertos Deportivos de Andalucía. Informe anual (2012)

4.2. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO NÁUTICO

En primer lugar, hay que mencionar los nuevos escenarios que se están produciendo en el sector de la náutica de recreo. Para ello hay que observar cuales son los cambios motivacionales de la demanda y cuáles son sus nuevas exigencias. En este aspecto cabe mencionar que el perfil del demandante es cada vez más exigente con la calidad de la oferta, así como con la existencia de una amplia oferta complementaria.

Los turistas cada vez están más interesados en conocer nuevos lugares fuera de los tradicionales para esta práctica deportiva. Así muchos de ellos cambian el destino náutico del mediterráneo por nuevos países emergentes en el sector, como pueden ser los países del este que cuentan con precios más bajos. (Ferradás Carrasco, S., 2001)

Se observa un cambio de tendencia en el segmento náutico, con un crecimiento de las embarcaciones de alquiler frente a las embarcaciones en propiedad. Sin duda, el chárter náutico está despegando y gracias a la nueva mejora en la política fiscal de las embarcaciones de alquiler va a seguir desarrollándose en el futuro. La eliminación del impuesto de matriculación ha roto una barrera que hasta ese momento había supuesto un inconveniente a la entrada de embarcaciones extranjeras a España, lo que

nos colocaba en una posición menos competitiva que países como Italia, Francia, etc.

El aumento del interés por este producto ha provocado el crecimiento del número de empresas que se dedican al alquiler de embarcaciones. Estas empresas tienen entre su flota cada vez más variedad de barcos y aumentan su oferta de servicios, que pueden ir desde los servicios más básicos como la contratación de tripulación hasta la posibilidad de contratar un catering para consumir en el propio barco. La tendencia de contratación más habitual es de una semana de duración y sin tripulación, aunque la opción del fin de semana también es bastante demandada.

Un producto innovador en el sector turístico es la aplicación de las nuevas tecnologías al mundo de alquiler de barcos. La relación entre el atomizado sector del chárter náutico y los turoperadores y agencias de viajes tradicionalmente ha sido muy poco profunda, pero nuevos avances tecnológicos han abierto oportunidades de negocio y de poder trabajar de forma conjunta. La aparición de empresas online intermediarias van a hacer mucho más fácil la contratación de servicios, tanto al cliente final como a los tradicionales operadores turísticos. También están surgiendo nuevas empresas que ofertan amarres online. (www.hosteltur.com, Junio 2015).

Otra tendencia del turismo náutico es el aumento de la demanda de actividades náuticas como el kayak, surf, kitesurf, paddle surf, windsurf, buceo, etc. En la actualidad estas actividades más económicas están siendo más demandadas incluso que el alquiler de embarcaciones. Según estaciones Náuticas, el kitesurf es el deporte preferido para el 80% de los turistas internacionales y, por su parte, los españoles sitúan el buceo en primer lugar, seguido de la práctica de kitesurf. (www.europapress.es, Agosto 2014).

El nicho de los grandes yates es una apuesta de futuro. Es un mercado por explotar en España. Actualmente, existen pocos amarres en Andalucía que puedan albergar embarcaciones de estas dimensiones. Este subsector es un gran generador de beneficios ya que el gasto medio de cada yate está muy por encima de cualquier otra embarcación. En definitiva está claro que un yate de estas características gasta alrededor de un 8% de su valor en su mantenimiento anual, a lo que hay que añadir, el volumen de negocio que envuelve a sus propietarios e invitados de éstos (restaurantes, compras, alquiler de coches de lujo, ocio...). Sin duda, un impacto económico muy considerable.

Para dar a conocer el sector, cada vez es más común la celebración de eventos de promoción y difusión de la náutica a través de la presencia en ferias de turismo donde se pueden lograr la generación sinergias entre

marcas. Este tipo de acciones sirve como punto de encuentro, afianzamiento de relaciones personales/ comerciales e imagen de marca. Encuentros que reúnen a destacadas figuras del mundo de la náutica de recreo, como regatistas, representantes de la Administración o empresarios. Este es el caso de eventos como el Salón Náutico de Barcelona que se celebra anualmente o las I Jornadas de la Náutica celebradas en Málaga este año.

Por último, cabe mencionar que de unos años a esta parte, la sostenibilidad es un tema que ha cobrado gran importancia en el turismo náutico, al igual que ya lo era en otras tipologías de turismo. Por este motivo la náutica ha evolucionado de forma importante en la construcción de barcos más eficientes, ecológicos y modernos. Pues bien, una de las innovaciones que pueden desarrollarse en un futuro próximo podrían ser los barcos solares. En Mónaco, este año se ha celebrado el primer campeonato de barcos solares, algo que puede suponer una auténtica revolución, al igual que sucediera hace más de un siglo con los barcos de propulsión a motor.

4.3. PROBLEMÁTICA DEL SECTOR Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

A partir del análisis DAFO que se ha expuesto anteriormente y de la situación actual por la que pasa el turismo náutico en Andalucía y en general en España con respecto a otros países de nuestro entorno, se hace necesario proponer unas actuaciones que den solución a los problemas que presenta el sector.

En concreto, estas medidas se sintetizarían en las siguientes:

- La complejidad de la normativa de aplicación, especialmente la autonómica, y las continuas modificaciones sobre ella, generan una cierta inseguridad jurídica que hacen que las diferentes concesiones nunca sepan realmente si están en “regla”. Esto obliga a los concesionarios a recurrir a verdaderos expertos en la materia. Sería necesario una simplificación y unificación de la normativa para que su aplicación sea más sencilla y no suponga un impedimento para el desarrollo del sector.
- Para conseguir una mejora sobre la situación actual y poder igualar a los competidores internacionales en materia de impuestos, es necesario revisar la política fiscal hasta llegar a niveles tal y como

están en otros países del entorno europeo con un similar desarrollo económico al nuestro. Como se observa en la siguiente tabla, España es el único país con una doble carga impositiva a la compra de embarcaciones de recreo: el 21% de IVA correspondiente + el 12% de impuesto de matriculación (para embarcaciones de más de 8 metros de eslora). Una situación que deja indefensa a nuestra industria náutica frente a los mercados internacionales. (www.anavre.org, Junio 2015).

Tabla 11: Carga impositiva en países competidores

País	% IVA	% Impuesto matriculación	Total impuestos	Coste
Montenegro			0,0%	100%
Malta	5,4%		5,4%	105%
Gibraltar		12%	12,0%	112%
Chipre	15%		15,0%	115%
Francia	19,6%		19,6%	120%
Croacia	23%		23,0%	123%
Portugal	23%		23,0%	123%
Italia	23%		23,0%	123%
Reino Unido	20%		20,0%	120%
España	21%	12%	33,0%	133%

Fuente: Fuente: Sanlorenzo, C. (Abril 2015, Málaga) I Jornadas de la Náutica

- Crear un convenio colectivo para el sector náutico. Esto daría seguridad jurídica ya que en la actualidad el sector de la náutica está

regulado por más de 15 tipos diferentes de convenios colectivos (CC Madera, CC Industria Siderúrgica...). Se convertiría en una herramienta más para dotar al sector náutico de presencia propia en el sector de la industria y empresa náutica.

- Falta promoción por parte de todas las empresas náuticas y entre la Administraciones, ya que es imprescindible fomentar la náutica de iniciación como primer eslabón de una industria que tiene un extraordinario potencial de repercusión económica y aumento de empleo. Andalucía reúne unas óptimas condiciones climáticas, y de infraestructuras, a lo que se le une los más más de 800 Km de costa que tiene.
- Falta cultura del mar, afición y conocimiento de la náutica deportiva por el ciudadano común. Para romper con la imagen elitista del sector es necesario que clubs deportivos desarrollen la figura del socio deportivo y dejen de ser únicamente clubs sociales. Aunque los requisitos para tener esta condición cambian según los estatutos de cada club, se podrían resumir de forma general como aquellas personas a quienes la Junta Directiva reconozca dicha condición como consecuencia de su participación en actividades deportivas en representación del Club. Desgraciadamente no son todos los clubs los que apoyan y tienen esta tipología de socio. El caso que se ha observado de forma directa para este trabajo, el Club Náutico Marítimo de Benalmádena, no contempla la figura de socio deportivo ya que la Junta Directiva así lo ha decidido recientemente.
- Como proveedores de servicios de turismo náutico, es conveniente la promoción del sector bajo una marca turística para así lograr el reconocimiento de cada territorio, aprovechando las peculiaridades autóctonas de cada zona.
- Dada la atomización del sector, el asociacionismo entre empresas náuticas es la forma más poderosa y efectiva de comunicación y promoción para hacer crecer el interés por la náutica. La agrupación entre empresas ayuda a la comercialización de los servicios turísticos náuticos.
- Hacer visible la experiencia náutica y compartirla mediante la presencia en ferias y congresos náuticos y demás eventos que ayuden a dar a conocer a la náutica de recreo. Sin olvidar la presencia en las redes sociales, donde se puede dar a conocer la actividad además de transmitir modernidad y transparencia a los clientes

actuales y potenciales. Publicar imágenes y videos de la actividad en redes sociales permite promocionar mejor la oferta de ocio a coste razonable.

- La calidad es un factor diferenciador de nuestros competidores a nivel nacional e internacional. Las instalaciones náuticas de recreo de Andalucía deberían trabajar hacia la consecución de diferentes certificaciones de calidad (ISO 9001, ISO 14001, bandera azul, la Q de calidad turística, etc.)
- Agilizar los trámites para poder retirar las embarcaciones abandonadas ya que ocasionan varios problemas: el impago de facturas, la ocupación de amarre y el peligro medioambiental. Los propietarios que no pueden seguir haciendo frente al coste de mantenimiento y amarre, se desentienden y dejan el problema a los clubs o puertos que se ven inmersos en un complicado protocolo burocrático que se puede extender durante meses e incluso años antes de poder mandarlo a subasta o al desguace.
- La celebración de eventos deportivos náuticos mueven muchísimas personas, equipos, deportistas y generan un impacto muy positivo económicamente en las localidades en las que se celebran éstas. Pueden estar dirigidas a diferentes públicos: cliente infantil, escolar, local, nacional e internacional...
- Promocionar la náutica de recreo como un estilo de vida: los valores que aporta la navegación y la náutica en general, así como la actitud creciente en la gente que quiere practicar deporte y el cuidado de la mente y del cuerpo son fortalezas para el desarrollo del sector.
- Fomentar el desarrollo de la oferta complementaria en el entorno de los puertos deportivos, ya que esto plantea una serie de oportunidades. La oferta complementaria y turística del destino es muy importante a la hora de decantarse por un puerto. Hasta la actualidad, en la mayoría de los puertos andaluces, no se ha realizado una comercialización conjunta de puertos deportivos y oferta complementaria.

CAPÍTULO 5 CONCLUSIONES

Para recapitular, a modo de conclusiones finales, cabe subrayar las siguientes ideas:

En primer lugar, cabe concluir que el turismo en Andalucía supone un gran impacto socio-económico, el cual favorece la creación de empleo. Dentro de este sector, la actividad náutica de recreo puede posicionarse como un aspecto clave por su efecto multiplicador en la economía de cada territorio.

Queda claro que el turismo náutico no es una simple actividad complementaria del turismo de sol y playa, sino que se constituye como una tipología de turismo en sí misma, dada la importancia que tiene esta actividad para que los destinos costeros desarrollen segmentos turísticos diferentes y de mayor valor añadido que los tradicionales.

La comunidad andaluza tiene un potencial enorme para poder posicionarse como un destino de referencia para el turismo náutico. Cuenta con más de 800 kilómetros de costa, diversidad en su oferta de puertos deportivos y amarres, unas excelentes condiciones climáticas que permiten la navegación casi todo el año, y una amplia oferta complementaria. Todo esto hace que Andalucía sea un lugar atractivo para el turista náutico deportivo.

Sin embargo, el desarrollo del turismo náutico en la comunidad está siendo lento y queda muy lejos de ser un sector consolidado. Esto se debe a la problemática que se ha comentado con anterioridad, entre lo que cabe recordar la complejidad y fuerte carga fiscal que soporta el turista y el usuario náutico a la hora de la puesta en escena de un barco para practicar su afición. Esto les genera rechazo, pérdida de interés y por tanto pérdida de negocio. El acceso al mar debería ser más atractivo, inmediato y más fácil para el ciudadano.

Tras el análisis de la situación actual por la que atraviesa el turismo náutico, se concluye que el sector está consiguiendo recuperarse después de las cifras negativas sufridas en los últimos años como consecuencia de la crisis económica-financiera. Esto se puede observar en el aumento del número de matriculaciones de embarcaciones de recreo, aunque aún no ha conseguido alcanzar las cifras anteriores a la recesión.

Se ha destacado el caso de la Costa del Sol por su peso en la oferta andaluza, ya que las provincias de Cádiz y Málaga, son donde el turismo náutico-deportivo tiene mayor presencia. Cuenta con una amplia oferta de puertos deportivos entre los que destacada Puerto Banús por su fama a nivel nacional e internacional.

Como se ha mencionado a lo largo del trabajo, una de las mayores preocupaciones del sector es romper con la imagen de elitismo que arrastra el turismo náutico, ya que si bien es cierto que algunas tipologías de embarcaciones implican un alto poder adquisitivo para afrontar el amarre y el mantenimiento, también existen otras que tienen un coste bastante menor. Y sin olvidar que la práctica del turismo náutico no sólo está relacionada con el uso de embarcaciones, sino también con la práctica de otras actividades náuticas, como puede ser buceo, surf, paddle sup, etc. que son más económicas y pueden servir como puerta de entrada y conocimiento al mundo del turismo náutico.

Por último, cabe recordar que una de las posibles mejoras para la promoción y desarrollo del sector náutico pasa por el asociacionismo de los diferentes entes implicados en el sector ya que esto dará la fuerza y credibilidad suficiente como para provocar los cambios necesarios en la normativa por parte de las Administraciones.

BIBLIOGRAFÍA

(2012). Turismo en Puertos Deportivos de Andalucía. Informe anual. Recuperado de: <<http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/puertos2012>>

(2013). Turismo en Puertos Deportivos de Andalucía. Informe anual. Recuperado de: <<http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/puertos2013>>

(2014). Informe anual de puertos deportivos en España 2013. FEAPDT. Recuperado de: <http://www.feapdt.es/wp-content/uploads/2014/08/20140324-Puertos_2013.pdf>

(Abril 2015). I Jornadas de la Náutica. Llevado a cabo en Real Club Mediterráneo. Málaga.

ADEAC. Bandera Azul. Fecha de consulta: mayo 19, 2015. Recuperado de: <http://www.adeac.es/bandera_azul>

ANEN. Las matriculaciones de embarcaciones de recreo crecen un 13,61% de enero a mayo de 2015. Fecha de consulta: junio 9, 2015. Recuperado de: <<http://www.anen.es/las-matriculaciones-de-embarcaciones-de-recreo-crecen-un-1361-de-enero-a-mayo-de-2015/>>

APPA. Legislación de puertos deportivos en Andalucía. Recuperado de: <www.eppa.es/es/legislacion/itemlist/category/96-ley-de-puertos-de-andaluc%C3%ADa>

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MARSELLA (2011).
Náutica de recreo en el Mediterráneo.

ESTACIONES NÁUTICAS. Quienes somos. Fecha de consulta: Mayo 20,
2015. Recuperado de: <http://www.estacionesnauticas.info/quien-somos/>

ESTEBAN CHAPAPRÍA V., (1998). El planeamiento de infraestructuras
para el turismo náutico.

ESTEBAN CHAPAPRÍA, V., (2000): Futuro y Expectativas del Turismo
Náutico.

EUROPAPRESS. Crece un 20% la práctica de turismo náutico en España
este verano, pero no la facturación. 21 Agosto 2014. Fecha de consulta:
junio 9, 2015 Recuperado de:
<http://www.europapress.es/turismo/transportes/navieras/noticia-crece-20-practica-turismo-nautico-espana-verano-no-facturacion-20140821122314.html>

FERRADÁS CARRASCO, S. (2001): La Relevancia del Turismo náutico
en la oferta Turística. Cuadernos de Turismo.

FERRADÁS CARRASCO, S. (2002). El turismo náutico en el
Mediterráneo. Cuadernos de Turismo

GARAU VADELL, J., (2003). El turismo náutico de chárter de recreo en
Baleares.

GARCÍA RECHE, A., MARCO SERRANO, F. Y NIETO CORREDERA,
D., (2010) Los Puertos Deportivos en España: Estructura, Modelos de
Gestión y Resultados Económicos-Financieros, Instituto de Pensamiento
Económico, Valencia y Madrid.

HOSTELTUR. Las reservas online llegan al turismo náutico. 7 Agosto 2014. Fecha de consulta: junio 9, 2015 Recuperado de:<http://www.hosteltur.com/167100_reservas-online-llegan-al-turismo-nautico.html>

MARTÍN PÉREZ, F.J., (1999). Gestión empresarial y profesionalización de las instalaciones náuticas de recreo.

MARTÍN ROJO, I., (2009). Sustainable development and responsible government: a study on nautical tourism in Andalusia. Sinergie. Nº 30 77-93.

MARTÍN ROJO, I., GASPAR GONZÁLEZ, A.I., CASTELLANOS, M., CARO, F., OVIEDO, M.A., (2008). La Responsabilidad Social Corporativa de los Puertos Deportivos y Clubs Náuticos. Junta de Andalucía. Colección Estudios y Jornadas de Turismo, nº5.

PATRONATO DE TURISMO DE LA COSTA DEL SOL (2002).El turismo náutico en la Costa del Sol. Málaga. Ed. SOPDE.

PELÁEZ VERDET, A., (2002). Puertos Deportivos: Repercusión de su Administración y Gestión en el Desarrollo del Turismo Náutico. Estrategias para el caso de la Costa del Sol. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga.

RIVERA MATEOS, M., (2000). Los puertos deportivos como infraestructura de soporte de las actividades náuticas de recreo en Andalucía. Universidad de Córdoba.

SMITH, C. y JENNER, P. (1988). Tourism Industry and the Enviroment. Goverment departments. NTAS and trade organizations.

TURESPAÑA. (1.998): Informe sobre turismo náutico e impacto económico de los puertos deportivos. GMM Consultores Turísticos. Universidad Politécnica de Valencia.

PUERTO BANÚS. (2015, 1 de abril). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: junio 1, 2015 desde <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Puerto_Ban%C3%BAs&oldid=81139842.>