



# El sector náutico, motor económico más allá del Turismo.

*Fernando de Rojas Martínez-Parets*  
mediterrania.online – Cluster Marítim

**mediterrania.online**  
Asociación Marítima Mediterrània · Clúster Marítim



Una manera de hacer Europa



"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

- PRESENTACIÓN. Breve presentación del *Cluster Marítim* · [mediterrania.online](http://mediterrania.online)
- MARCO DE REFERENCIA. Estudio integral sobre el sector marítimo-recreativo en la Comunidad Valenciana.
- POTENCIAL DEL SECTOR.
- SECTOR ESTRATÉGICO.
- ANÁLISIS DE LA OFERTA.
- ANÁLISIS DE LA DEMANDA.
- ANÁLISIS DAFO.
- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

**Asociación de reciente creación. Objetivos y áreas de actuación:**



ECONOMÍA  
AZUL



DIFUSIÓN  
OFERTA  
Y MARKETING



NETWORKING  
EMPRESARIAL



OCIO  
NÁUTICO  
MARÍTIMO



MEDIO  
NATURAL  
MARINO

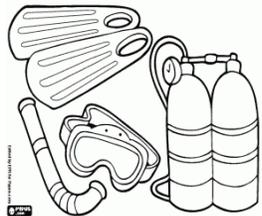


INTERLOCUCIÓN  
CON SECTOR  
PÚBLICO

# Estudio integral sobre el sector marítimo-recreativo en la Comunidad Valenciana

- Realizado por **CEEI Elche** y **Cluster Marítim** para el **IVACE** durante el último trimestre de 2017.
- Objeto del estudio:
  - Evaluar la situación del sector.
  - Identificar áreas de mejora.
  - Recomendar acciones tanto desde la perspectiva del sector privado como elementos sobre los que puede actuar el sector público.

- 300 días de sol al año, temperatura media anual de 17,8°.
- 500 km. de gran atractivo, de costa y fondos marinos.
- Adecuada infraestructura de comunicaciones.
- Oferta público y privada de calidad aunque con margen para la mejora.
- Actualmente somos el tercer destino nacional.
- Debemos aspirar a ser líderes en Europa, *“la ventana de Europa al mar”*.



- **ECONOMÍA AZUL.** Explotación sostenible de nuestros mares como eje económico; motor de empleo de calidad y de una economía competitiva y sostenible.
- **Estrategia global de la UNIÓN EUROPEA,** modelo de Economía del Bien Común, plasmado en el dictamen "*La Economía del Bien Común (EBC)*".
- **Prioridad para la GENERALITAT VALENCIANA,** tanto en su perspectiva global como motor de crecimiento económico y de empleo de calidad, así como en su estrategia turística, para evolucionar hacia un modelo de turismo de producto, el "producto turístico náutico".

Sector heterogéneo con múltiples operadores, de muy diversos tamaños, tanto públicos como privados. Concepto amplio del sector, desde entidades y empresas tradicionales, hasta empresas e instalaciones temporales en playas y costas.

### ▪ ENTIDADES PÚBLICAS:

- Puertos
- Escuelas náuticas públicas (ej. *Escoles de la Mar de la Generalitat*)
- Escuelas náuticas municipales
- Formación reglada
- Instituciones públicas sectoriales

### ▪ ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO:

- Clubs náuticos
- Asociaciones y federaciones

### ▪ PROFESIONALES, EMPRESAS Y ASOCIACIONES PRIVADAS:

- Marinas deportivas
- Empresas de formación y academias náuticas
- Varaderos y astilleros
- Centros de buceo
- Empresas de chárter
- Motonáutica
- Clubs de piragüismo-kayak
- Clubs de kitesurf
- Clubs de remo
- Escuelas privadas de vela
- Empresas de organización de eventos
- Empresas de turismo activo
- Empresas de reparaciones y mantenimientos
- Gestorías y seguros náuticos
- Suministros náuticos y comercios especializados
- Venta de embarcaciones

## SECTOR NÁUTICO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

**47 INSTALACIONES NÁUTICO DEPORTIVAS**  
**29 PROVINCIA DE ALICANTE, 9 EN CASTELLÓN Y 9 EN VALENCIA**

**25 CLUBES**

**44 ESCUELAS HOMOLOGADAS**

**25 CENTROS DE BUCEO**

**27 CLUBS DE REMO**

+

**15 MARINAS**

11 C. Náuticos con Bandera Azul y 3 con Q de Calidad Turística

**20.353 amarres**

51,5% Clubs  
 35,2% Marinas  
 13,3% GVA

+ de 40.000 usuarios

**760 embarcaciones**

**1.520 plazas formación**

+ de 10.000 usuarios anuales

**9 Zonas de buceo destacadas**

+ de 4.000 licencias

**Liga Autonómica**

+ de 2.000 licencias

**EMPRESAS NÁUTICAS**

Chárter Alquiler Experiencias

**2 ESTACIONES NÁUTICAS**



Fuentes: Agencia Valenciana de Turismo, Conselleria de Infraestructuras y Transportes, ACNCV Asociación Clubs Náuticos Comunidad Valenciana y Asociación Española de Estaciones Náuticas.

- **Aumento del número de usuarios.**
- No aumenta la facturación debido al **cambio de la tipología de la demanda:**
  - Aumento de la demanda de actividades de coste relativamente bajo: Kayak, Paddle Surf, Kitesurf, motonáutica, etc.
  - Vela ligera y buceo mantienen su cuota de mercado.
  - Pierde peso la navegación clásica.
- Usuarios residentes en la Comunidad Valenciana; se estima en 40.000 personas, sigue siendo un porcentaje pequeño comparado con la población >> margen de crecimiento.
- **Crecimiento sostenido de las escuelas náuticas**, con incrementos anuales del 10%.
- Turistas españoles, se estima que el 4,8% de los que nos visitan realizaron algún tipo de deporte náutico.
- Turistas extranjeros, se estima que en los últimos 6 años se ha duplicado el porcentaje de los turistas extranjeros que practican deportes náuticos, situándose actualmente entorno al 5% de los visitantes.
  - >> **MARGEN DE CRECIMIENTO:**
    - Solo el 5% de los turistas nacionales y extranjeros practican deportes náuticos actualmente.
    - Solo el 1% de los residentes de la Comunidad Valenciana son usuarios de deportes náuticos.
  - >> **ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN**, el visitante que practica deportes náuticos es mucho más fiel al destino que el resto de los turistas.

# MOTOR ECONÓMICO

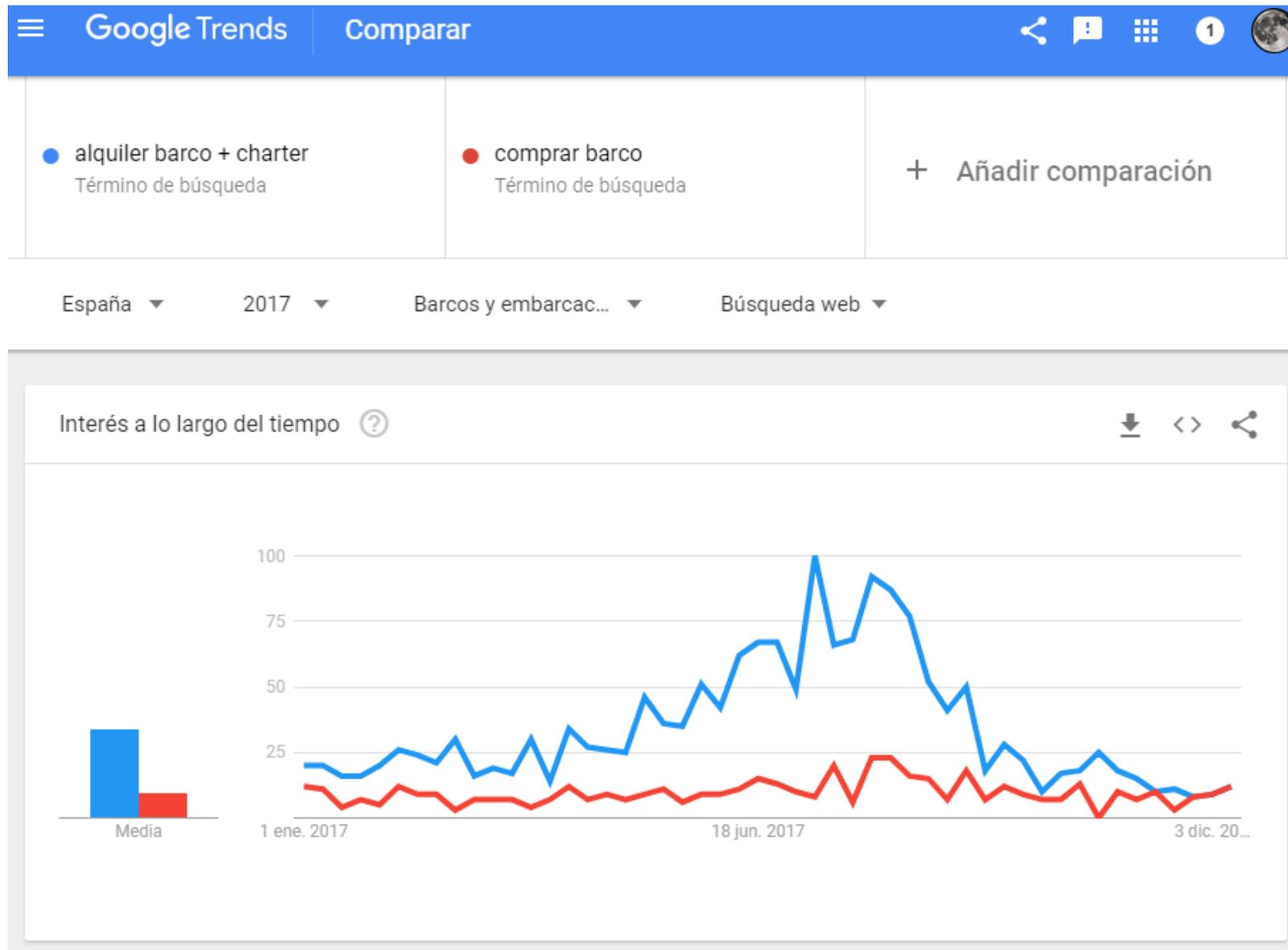
## Perfiles de demanda

Perfil de la demanda	Temporada de práctica	Actividades	Servicios complementarios demandados	Capacidad de crecimiento
<b>FAMILIAS</b>	Verano	Vela ligera, piragüismo/kayak, SUP, patines, buceo	Actividades culturales, actividades grupales, restauración y alojamiento	<b>MEDIA</b>
<b>GRUPOS</b>	<b>Primavera y otoño</b>	Vela ligera, buceo, piragüismo/kayak	Actividades culturales, alojamiento	<b>ALTA</b>
<b>DEPORTISTAS</b>	<b>Todo el año</b>	Vela ligera, buceo, piragüismo/kayak, kitesurf y windsurf	Lugares de ocio, alojamiento y restauración	<b>ALTA</b>
<b>AVENTUREROS</b>	<b>Todo el año</b>	Kitesurf, SUP, buceo, windsurf, motonáutica, fly board, etc.	Lugares de ocio, restauración, y actividades culturales	<b>ALTA</b>
<b>USUARIOS DE NAVEGACIÓN</b>	Verano	Navegación y pesca deportiva	Restauración y actividades culturales	<b>BAJA</b>

# MOTOR ECONÓMICO

## Tipología de la demanda

↑ **ALQUILER**  
vs.  
**COMPRA**



> Informe elaborado por la *Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN)*, año 2017:  
Por cada barco nuevo en España hay casi seis nuevos patrones capacitados para su gobierno.

DAFO  
sectorial

D

debilidades

A

amenazas

F

fortalezas

O

oportunidades

- **Complejidad normativa** tanto en titulaciones como en seguridad.
- **Restricciones al uso** de playas y costas.
- **Infraestructuras insuficientes** de acceso al mar ("*muro al mar*", falta de rampas, instalaciones en playas –ej. vestuarios, almacenamiento material-, etc.).
- **Varias administraciones** operando en el mismo ámbito.
- **Falta de colaboración** intersectorial.
- Falta de **interlocución con administración pública**.
- **Estacionalidad**.
- **Oferta dispersa y falta de diferenciación** que permita al público distinguir servicios de calidad frente a "low cost".
- **Intrusismo**.
- **Altos costes** de amarres y mantenimientos.
- **Falta de marinas secas** que permitan una reducción de costes de mantenimiento frente al coste de amarres.
- **Promoción deficiente** tanto en guías impresas como online.
- **Escasez de patrocinadores e incentivos**.
- **Falta de alojamientos económicos** para grupos.
- **Falta de personal cualificado y profesionalidad**, dedicación por hobby como actividad temporal.
- **Fiscalidad elevada** para adquisición de embarcaciones, en comparación con resto de Europa.

## FORTALEZAS

- **Flexibilidad** y demostrada capacidad para reinventarse.
- **Profesionales y tejido empresarial** motivado.
- Se han superado los años de crisis y vuelve el crecimiento.
- **Potencia turística** a nivel internacional.
- **Crecimiento continuado** aunque no se alcance el potencial en todos los ámbitos; es destacable por ejemplo un aumento anual del 10% en alumnos matriculados en escuelas náuticas.
- **Buenas comunicaciones.**
- Excelentes **condiciones climatológicas.**
- **Oferta complementaria** de calidad.
- Nivel de **precios competitivos.**
- **Zona costera** con oferta variada.
- Las encuestas realizadas entre visitantes y usuarios muestran un **alto grado de satisfacción.**

- Persiste una **concepción elitista** de la náutica en nuestra sociedad; hay que profundizar en la “democratización” de la misma.
- Falta de percepción por parte del público de la posibilidad de practicar deportes náuticos fuera de la temporada de verano; **estacionalidad**.
- **Competencia dentro del ámbito nacional**.
- Reducción de turistas extranjeros por el **Brexit**.
- **Competencia internacional** (Croacia, Malta, ...)
- **Desconocimiento** de nuestra oferta en **mercados internacionales**.
- **Conflictos de intereses** por la delimitación de espacios en playas y costas.
- **Competencia desleal**, negocios con infraestructuras y modelos diferentes compiten por el mismo público.
- **Inversiones necesarias cada vez más elevadas** para mantener calidad.
- **Intrusismo** provoca daños en imagen al verse comprometida la calidad y aumentar los **accidentes**.
- **Problemas medio ambientales** pueden dañar nuestra imagen.
- La incertidumbre en relación a la **renovación de las concesiones** repercute muy negativamente en Clubs y empresas al no poder planificar adecuadamente sus inversiones.

- La **reactivación económica** favorece el crecimiento
- **Destino estable.** Inestabilidad de otros destinos nos favorece.
- Crecimiento de organización de **competiciones y eventos.**
- **Crecimiento del alquiler** favorece el aumento del número de usuarios.
- **Crecimiento de usuarios** que cuentan con titulación náutica.
- **Crecimiento de ofertas integradas:** alojamiento+actividad náutica; deporte+gastronomía; deporte+cultura; etc.
- **Crecimiento de actividades para colectivos** (empresas, agrupaciones sociales y culturales, etc.)
- **Campus para escolares** extranjeros, casi sin explotar.
- **Nuevas disciplinas** (paddle surf, kayak, ...) abren la náutica a mucha mas población.
- **Oportunidades para fidelizar y diferenciar nuestro turismo.** Promoción del producto náutico para fidelizar a nuestros visitantes.
- **Nuevas tecnologías** permiten dar a conocer el producto náutico en **mercados internacionales.**
- **Potencial de crecimiento** de la demanda interior, hay que posibilitar el acceso al mar desde **edades tempranas**, el mar "engancha".



**CONCLUSIONES  
Y  
RECOMENDACIONES**

## IDENTIFICACIÓN COMO SECTOR ESTRATÉGICO.

Necesidad a todos los niveles (públicos y privados) de **identificar al sector como estratégico** > tenemos potencial para ser la "*ventana al mar*" de Europa; ser la "*materia prima*" de la industria turística; **convertir al mar en actividad económica y fuente de empleo de calidad**, no siendo solo un trabajo temporal para el verano.

## REDUCIR LA BUROCRACIA Y ATENDER LAS NECESIDADES REALES DEL SECTOR.

- Abordar el problema de que **varias administraciones** operen sobre el mismo ámbito.
- Priorizar en la toma de decisiones los aspectos relacionados con la **formación, el turismo y el ocio** (dar más peso a los departamentos de educación, economía y deportes, frente al enfoque actual en el que muchas decisiones dependen exclusivamente del departamento de infraestructuras).
- **Racionalizar las normativas** de seguridad.

## DESARRAIGAR EL INTRUSISMO.

Adecuar la legislación y procurar el control efectivo de su cumplimiento para desarraigar el intrusismo.

## FISCALIDAD.

Reforma en profundidad de la fiscalidad, actualmente no somos competitivos frente a otros países europeos.

## INFRAESTRUCTURAS.

- Necesaria apuesta por hacer **compatible** nuestras playas y costas con la **práctica náutica**, haciendo menos restrictivo su uso con instalaciones en línea de costa. Hay que "**democratizar**" el acceso al mar, con rampas y espacios de acceso fácil y gratuito al mar; hay que "*romper el muro al mar*".
- Creación de **polideportivos náuticos** en los municipios costeros, de igual forma que existen para otros deportes.

## CONCESIONES.

Dotar de un **marco estable y previsible** a empresas y Clubs en relación a las concesiones; imprescindible para que puedan planificar y abordar las inversiones necesarias para ser competitivos.

Hay que poner en valor el papel social, deportivo y turístico que aportan los Clubs náuticos a la hora de facilitarles las necesarias concesiones públicas para desarrollar su actividad.

## ESTACIONALIDAD.

- **Oferta integrada.** Potenciar la conexión con establecimientos hoteleros, albergues y campings; con la restauración de la zona y con las actividades culturales y de ocio complementario.
- **Perfiles de demanda con mayor potencial.** Orientarse a los perfiles de público "AVENTURERO" y "DEPORSTISTA", así como a los "GRUPOS"; siendo estos tres perfiles lo menos estacionalizados.

## EDUCACIÓN Y MEDIO AMBIENTE.

- "**Enganchar**" al mar a los niños con actividades en edades tempranas.
- El disfrute del medio es la mejor garantía para despertar el interés por el cuidado y el respeto al mismo.
- Promover la implantación de la ***Semana Azul***.

## PROMOCIÓN.

- Creación de una **marca específica** de la náutica como producto turístico.
- **Guías de producto:** rutas de Kayak, guías de Snorkel, rutas de Paddle Sup, etc.
- **Guías locales;** ej. Actividades Náuticas en Santa Pola, en Altea, actividades náuticas en Torrevieja, etc.
- **Agregador de oferta online;** creación de un portal especializado en la oferta náutica de la Comunidad Valenciana.
- Facilitar la presencia digital en **mercados internacionales.**
- Promover la participación en **ferias y salones náuticos.**

## FORMACIÓN REGLADA Y OCUPACIONAL.

- La legislación relacionada con la formación requiere de una reforma y adaptación a las **necesidades reales**; estableciendo **rutas curriculares** para los estudiantes, desde la formación profesional hasta la universidad.
- Necesidad de impulsar la **formación ocupacional adaptada a las necesidades** específicas del sector.

## TITULACIONES NÁUTICAS.

Necesidad de diferenciar las necesidades de las titulaciones recreativas frente a las profesionales. Se debe de facilitar el **acceso a la práctica recreativa -sin olvidar la seguridad-**, pero **sin invadir las competencias profesionales.**

## COOPERACIÓN SECTORIAL E INTERLOCUCIÓN CON ADMINISTRACIONES.

- Necesaria cooperación para ofrecer "experiencias" completas y de calidad a los usuarios; ej.: colaboración en la difusión de la oferta, colaboración en paquetes integrados de varias actividades, etc.
- La mejora del sector compete a todos, es necesario un diálogo fluido con el sector público, el *Clúster Marítim* nace con esa vocación, y se ofrece para tal interlocución.



**El cambio tiene que empezar por nosotros mismos, creyendo en el potencial del sector para convertirse en motor económico y fuente de empleo de calidad.**

Gracias por su atención.

*Fernando de Rojas Martínez-Parets*  
mediterrania.online – Cluster Marítim

**mediterrania.online**  
Asociación Marítima Mediterrània · Clúster Marítim

**FOCUS**  
PYME Y EMPRENDIMIENTO  
Comunitat Valenciana

BAIX VINALOPÓ "CRECIMIENTO AZUL"  
SANTA POLA, 26 DE ABRIL DE 2018

GENERALITAT VALENCIANA  
FACE  
MEDITERRANEA  
CEEI