



**UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD**

---

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“EL TURISMO NÁUTICO RECREATIVO EN CANARIAS.  
ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR SEGÚN LA PRÁCTICA  
DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS.”**

Presentado por Estefanía Santana Cabrera

para optar al Grado en Turismo

por la ULPGC

Dirigido por

Javier de León Ledesma

Las Palmas, Junio de 2016

Firmado digitalmente por SANTANA  
CABRERA ESTEFANIA - 54124121S

Fecha y hora: 05.06.2016 11:25:38



## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>2. TURISMO NÁUTICO, CONCEPTOS Y MODALIDADES.....</b>	<b>7</b>
<b>3. POTENCIALIDADES DEL TURISMO NÁUTICO.....</b>	<b>10</b>
<b>4. ESTUDIOS SOBRE LA DEMANDA DEL TURISMO NÁUTICO Y SU IMPORTANCIA.....</b>	<b>13</b>
<b>5. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO NÁUTICO RECREATIVO EN CANA- RIAS.....</b>	<b>15</b>
5.1. Análisis de la oferta.....	15
5.2. Análisis de la demanda.....	20
<b>6. LAS MOTIVACIONES DEL TURISTA SEGÚN LA PRÁCTICA DE ACTIVIDADES NÁUTICO-DEPORTIVAS EN GRAN CANARIA.....</b>	<b>24</b>
6.1. Metodología y construcción de la muestra.....	25
6.2. Perfil demográfico del encuestado y características del viaje.....	26
6.3. Motivaciones hacia el deporte y la náutica.....	30
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>32</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>36</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de turistas totales y con motivación náutica en Canarias 2011-2014.....	11
Tabla 2. Empresas que poseen relación directa con el turismo náutico.....	16
Tabla 3. Número y tipo de empresas de turismo Náutico en Gran Canaria.....	19
Tabla 4. Metodología y construcción de la muestra de estudio.....	25
Tabla 5. Perfil demográfico del encuestado y características del viaje.....	27
Tabla 6. Variables más frecuentes dentro de la muestra.....	29
Tabla 7. Valoración general del destino Gran Canaria.....	30
Tabla 8. Tabla de frecuencia para las motivaciones deportivas y la capacidad de oferta.....	31
Tabla anexo. Empresas de turismo náutico en la isla de Gran Canaria.....	36

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del gasto de los turistas náuticos en Canarias.....	12
Gráfico 2. Evolución media diaria del gasto del turista náutico en el conjunto de origen más destino.....	22

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha ido convirtiendo en uno de los actores principales del comercio internacional y, al mismo tiempo, en una de las principales fuentes de ingresos de países en desarrollo, dicho crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. Si nos fijamos en el último barómetro OMT del Turismo Mundial, el gasto de los visitantes internacionales en alojamientos, gastronomía, espectáculos, compras y otros bienes y servicios supuso para los destinos del mundo unos ingresos estimados en 873.000 millones de euros en 2013, de los cuales alrededor de 45.000 M€ se quedaron en España.

En los últimos años diversos estudios relativos al turismo analizan con creciente interés la oferta de actividades turísticas en donde algún tipo de práctica deportiva actúa como elemento básico o complementario (Secall, 1991). Por otro lado, cada vez es mayor el número de practicantes de actividades deportivas que van tomando conciencia de los beneficios que aporta, como la mejora de la salud física y mental, la autoestima y el nivel de calidad de vida de las personas, la búsqueda de nuevos retos o la superación personal (Peláez y Domínguez, 2009). Esto se debe al cambio de estatus que el deporte ha tenido en la sociedad, que ha pasado a considerarse un indicador de bienestar social y calidad de vida asociado al turista (Cameron y Gatewood, 2008).

Es por ello que muchos destinos turísticos costeros, sobre todo aquellos en los que su modelo sol y playa presencia una tendencia al estancamiento, se han mostrado interesados en diversificar y especializar su oferta turística hacia el turismo náutico; esta modalidad de turismo, que combina deporte y recreación en el mar, ofrece múltiples potencialidades para el propio crecimiento y el desarrollo socioeconómico de las economías turísticas (González y León, 2015), por su fácil complementariedad con la oferta turística tradicional y su capacidad de respuesta a las nuevas exigencias de la demanda turística global (Carrasco, 2002, Luković, 2013). Así mismo, el turismo náutico es un sector con un gran potencial de crecimiento, o al menos así lo apuntan los expertos (Cieniewicz et al, 2014).

En lo relativo a Canarias, la posición estratégica de las islas y las perspectivas de crecimiento que se le otorgan al sector, hacen que considere a esta área como clave para la sostenibilidad del turismo en el archipiélago. Sin embargo también se apunta que queda mucho por hacer, como por ejemplo mejorar las instalaciones e infraestructuras, y la oferta náutica en general (Lam et al., 2015).

La renovación del turismo náutico es un proceso bastante complejo por la gran diversidad de actores y factores que deben interactuar entre sí (Rebollo y Castiñeira, 2010). Se deben crear herramientas cognitivas que permitan el desarrollo de estrategias efectivas basadas en el análisis, la interpretación adecuada del problema y los objetivos, y las particularidades y complejidades del sector y el destino. El estudio de la demanda de turismo náutico por tanto toma un papel fundamental, puesto que permite rediseñar productos de acuerdo a las necesidades o preferencias actuales del mercado (Carrasco, 2002). Las investigaciones en torno a esta área aún se consideran escasas (Luković, 2013).

El objetivo de este trabajo es el estudio de un subsegmento del turismo náutico, concretamente la náutica recreativa, la cual va tomando más importancia ya que cada vez se inclinan más por la práctica de deportes y actividades que conllevan diversión y entretenimiento. A tal fin se pondrán de manifiesto las potencialidades del turismo náutico, así como también haremos mención a estudios existentes sobre la demanda del turismo náutico y su importancia, para pasar posteriormente al análisis de la situación actual de la oferta y demanda del turismo náutico recreativo en Canarias, finalizando el documento delimitando cuáles son las motivaciones del turista según la práctica de actividades náutico-deportivas, tomando como referencia la isla de Gran Canaria.

## **2. TURISMO NÁUTICO, CONCEPTOS Y MODALIDADES**

El turismo náutico se puede definir como aquellas “vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio: vela, motor, windsurf, submarinismo, etc, compartiendo la actividad náutica con el disfrute de la naturaleza y la oferta turística y recreativa de diferentes regiones costeras” (Turespaña, 1998).

También puede definirse como un segmento del turismo litoral relacionado con prácticas de ocio y actividades deportivas en contacto con el mar. Desde el punto de vista del estudio específico de éste producto podemos ver que contribuye a una serie de beneficios, tanto en el apartado socioeconómico, como en el incremento de la cualificación y diversificación de la oferta turística. Por otra parte, es un producto que se puede llevar a cabo en cualquier época del año, lo cual es un criterio muy importante para la actividad turística como factor desestacionalizador de la oferta (Carrasco, 2001).

Siguiendo a Peláez (2002), el turismo náutico se puede clasificar en turismo de cruceros, turismo chárter, puertos deportivos y turismo náutico recreativo.

El turismo de cruceros podría definirse como excursiones realizadas a bordo entre diversos destinos marítimos de una región determinada (Butler, 2008)<sup>1</sup>. Esta modalidad de turismo abarca a un tipo de cliente que compra algo más complejo que la simple experiencia en un barco, por lo que la suma de destinos visitados juega un papel fundamental, ya que una mala experiencia en algún destino, que puede venir dada por el mal tiempo o simplemente factores externos que a priori no se pueden evitar, puede influir considerablemente en la precepción del viaje en general (OMT, 2013)<sup>2</sup>.

El turismo chárter es una opción que ofrece la posibilidad de alquilar embarcaciones con o sin tripulación para hacer una travesía por un tiempo determinado, es un segmento del sector de la náutica que ha experimentado un considerable aumento (Moreno et al, 1995:138). El chárter permite adicionalmente el disfrute a bordo de gran multitud de actividades náuticas de ocio o deporte, como podrían ser el esquí acuático, windsurf o surf, submarinismo, etc (Moreno et al, 1995:138). Las matriculaciones de embarcaciones de recreo alcanzaron los 1.990 vehículos durante el primer semestre del año, un 28% menos que en el

---

<sup>1</sup> Los puertos españoles han logrado convertirse en pioneros de Europa en los últimos años en lo que al tráfico de cruceros se refiere. En el último ejercicio de 2014, 7.662.010 pasajeros de crucero pisaron alguno de los 46 recintos portuarios a bordo de 3.700 cruceros, cifras que suponen la consolidación de este tipo de turismo. Las expectativas son positivas, y según las previsiones, en 2015 se podría alcanzar el récord histórico de 8,1 millones de pasajeros de crucero. (CLIA, 2013).

<sup>2</sup> Organización Mundial del Turismo.



mismo periodo de 2012, cuando se matricularon 2.760 unidades, según el informe del mercado de embarcaciones de recreo de la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN)<sup>3</sup>.

Los puertos deportivos pueden ser definidos como recintos de agua situados en la costa dónde se albergan las embarcaciones utilizadas para la práctica de la náutica deportiva y de recreo, además tienen la misión de proporcionar soporte y servicios a las embarcaciones deportivas que lo soliciten, a cambio de una contraprestación exigida a los patrones de las mismas (Peláez, 2002). Con un total de 43 puertos deportivos; la CCAA de Canarias ocupa la quinta posición a nivel nacional. (Estudi de Pla de Ports de Catalunya (EPPE), 1983). La cualidad principal de sus puertos recae en que se constituyen desde un principio como tradición de puerto de escala entre el Atlántico y el Caribe. Aparte de todo ello, a los puertos deportivos se les augura un buen futuro debido a las celebraciones de eventos deportivos que recogen a miles de turistas al año en un archipiélago como el nuestro con unas condiciones muy óptimas para el desarrollo de dichas actividades (León *et al.*, 2014).

Por último se encuentra el turismo náutico recreativo, nuestro objeto de estudio, el cuál puede ser definido como el conjunto de turistas que viajan a un destino con la finalidad de practicar deportes y recreación en el mar (Gómez, 2012). Para ofrecer una definición más concreta, hay que hacer referencia a otros autores que delimitan al turismo náutico recreativo como “aquellas vacaciones activas que conllevan un contacto con el agua y que permiten a los turistas realizar diferentes tipos de actividades deportivas y recreativas, cuya finalidad principal siempre es la diversión y el entretenimiento, a diferencia del turismo en general, cuya motivación principal es la mera práctica deportiva” (GMM Consultores Turísticos, 1998).

---

<sup>3</sup> Organización representativa del sector náutico en España. Actualmente integra a más del noventa por ciento del tejido industrial y empresarial de la náutica de recreo nacional, así como diversas asociaciones autonómicas.

### 3. POTENCIALIDADES DEL TURISMO NÁUTICO

En Europa, cada año aumenta el número de turistas que practican actividades relacionadas con la navegación, principalmente en periodos de vacaciones, con ofertas especializadas de turismo náutico, lo que representa un fuerte impacto para la economía. Canarias no es ajena a esta circunstancia, y más con su posicionamiento geográfico y sus características, posicionándose como un destino náutico sólido; cuenta con la experiencia de ser considerado como destino de sol y playa, lo que ejerce tirón y fama en el resto de Europa, y con la capacidad de promocionar un destino único que integra una oferta variada cuyo elemento principal es el clima.

La mayoría de los estudios realizados coinciden en que el turismo náutico es un segmento que posee magníficas cualidades para su desarrollo. Uno de los motivos es su carácter multiplicador en la economía, puesto que genera impactos indirectos en otros sectores como puede ser el sector del alojamiento o la restauración, generando empleos estables y solicitando a personal cualificado para un turismo cada vez más exigente (Carrasco, 2002).

En cuanto a las potencialidades que posee el sector náutico de recreo, son varios los informes que indican que el turismo náutico se ha convertido en un segmento popular con grandes perspectivas de crecimiento en todas sus modalidades (Cieniewicz, 2014). Así mismo se prevé que el sector náutico recreativo puede crecer hasta un 10% anual hasta el 2030 (WTM, 2014). Un ejemplo de ello es la actividad del surf, un subsegmento del turismo náutico recreativo reconocido hoy como una de las industrias de más rápido crecimiento del sector del turismo (Martin y Assenov, 2014). Numerosos estudios afirman que en el mundo cada año 1,5 millones de nuevas personas comienzan la práctica de este deporte; además, como era de esperar, se prevé un crecimiento anual sostenido del 16% hasta el 2020 (Ponting y O'Brien, 2015).

En España el turismo costero generó en 2010 unos 1.5 millones de puestos de trabajo (Suárez, 2015). Cabe destacar que el número de empleos indirectos generados en el ámbito de la restauración, establecimientos hoteleros, tiendas de souvenirs, etc...en la industria del turismo náutico también son elevados, pero

no hay fuentes que puedan recoger dicha cifra, ya que, son muchos los establecimientos a los que les repercute esta actividad turística de manera positiva; además son muchas las instalaciones náuticas que integran una urbanización, lo que duplica su impacto en la economía de la región.

La creciente popularidad por la práctica de deportes náuticos hace que se tomen más en serio las estrategias de negocio al ámbito regional, español y europeo. En lo relativo a Canarias, hay convencimiento de que es posible posicionar a las Islas como un destino turístico náutico de calidad y sostenible. La experiencia previa con la que ya cuenta el Archipiélago en lo relativo al turismo, unido a las condiciones climatológicas de las islas y su posición geográfica hacen que existan oportunidades no aprovechadas (Lam et al., 2015).

Haciendo mención a las estadísticas publicadas en Promotur<sup>4</sup> (véase tabla 1), el número de turistas que han llegado en los últimos años a las islas con el interés de practicar turismo náutico es bajo, no obstante muestran un crecimiento por encima de la media general (turistas totales). Este incremento puede deberse tanto a la reciente moda de practicar deportes náuticos como al hecho de que las visitas anteriores que los turistas hayan tenido en las islas, hayan generado nuevas motivaciones de volver, relacionadas con este deporte.

Tabla 1. Número de turistas totales y con motivación náutica en Canarias 2011-2014.

<b>Años</b>	<b>Nº de turistas totales a las Islas Canarias</b>	<b>Nº de turistas náuticos</b>
2011	10.960.604	208.499
2012	10.701.588	210.320
2013	11.150.021	260.925
2014	11.951.495	274.624

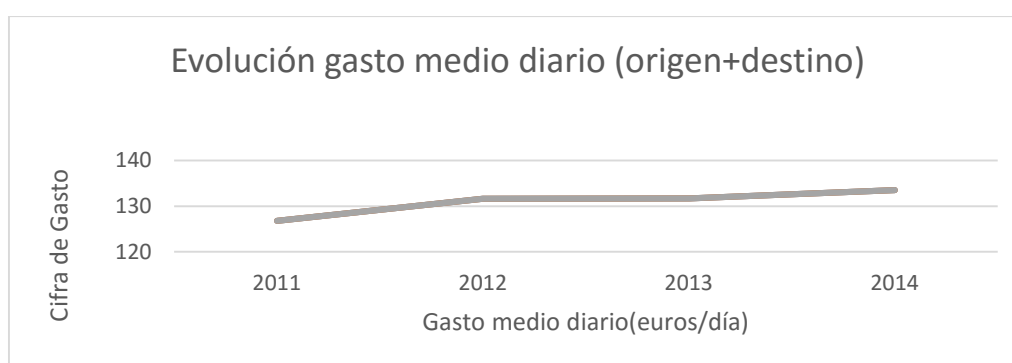
Fuente: Elaboración propia a partir de Promotor 2011/14

Como observamos, en el año 2014 han llegado unos 66.125 turistas náuticos más, con respecto al año 2011. También debemos destacar que el volumen de turistas totales ha crecido paulatinamente, lo que conlleva un crecimiento casi proporcional al de los turistas náuticos.

<sup>4</sup> Entidad responsable de la promoción de la marca destino Islas Canarias.

Así mismo, en cuanto a la evolución del gasto generado por el turismo náutico en el Archipiélago (véase gráfico 1), se puede observar que no ha dejado de crecer en los últimos años, lo que vuelve a dejar patente el crecimiento del sector, lo que anima a invertir en mejorar la oferta y a tomar en mayor consideración al turista náutico. Además, según Promotur, la demanda de turismo náutico de Canarias se caracteriza por su fidelidad, con un 68,9% de repetidores, lo que no nos deja bajar la guardia e incluso nos obliga a seguir mejorando la oferta para poder mantener e incrementar ese porcentaje.

Gráfico 1. Evolución del gasto de los turistas náuticos en Canarias



Fuente: Promotur, 2014.

Según los datos de Promotur (2014), el turista náutico en Canarias genera una facturación total de 315 millones, en base a un total de beneficios de 12.789 millones del total de turistas que llegan a las islas, con una cuota sobre facturación total del 2.5%.

Con respecto a ciertas actividades, el FlyBoard o el Padel Surf, que han sido las pioneras en cuanto a la innovación en el Archipiélago, ha despertado la curiosidad sobretodo de los más jóvenes que llegan. Son actividades sencillas que permiten atraer a una gran demanda (Patronato de turismo). En la web online de Gran Canaria podemos ver como el buceo es otro de los segmentos con un gran potencial en las islas, el excepcional clima permite excelentes condiciones de buceo durante todo el año con temperaturas del agua que oscilan entre los 19º en invierno y los 24º en verano, lo que atrae a no sólo a aquellos que ya están involucrados en el sector, sino a los que quiere probar la actividad y experimentar las profundidades marinas.

#### **4. ESTUDIOS SOBRE LA DEMANDA DEL TURISMO NÁUTICO Y SU IMPORTANCIA**

Para comenzar queremos destacar que en lo relativo a los estudios de la demanda de turismo náutico, éste es un campo que se considera muy escaso, incluso a nivel global (Luković, 2013).

A nivel general algunos autores han verificado los factores que desmotivan la demanda del turista náutico, es decir, porqué el turista no se decide finalmente a elegir la experiencia náutica en su tiempo libre (Jovanovic et al., 2013). En este estudio se demuestra que el primer factor interpersonal desmotivador de la demanda de turismo náutico está relacionado con el miedo a la propia actividad náutica, a la inhabilidad de nadar, e incluso de viajar solo, entre otros factores. El segundo factor es el de considerar a la actividad náutica fuera de sus preferencias de viaje, o el de no contar con tiempo y dinero suficiente, los que constituyen factores estructurales; y el tercero resulta ser la influencia que ejercen el ámbito social en la persona como podría ser la propia agencia de viajes, familiares y amigos...etc. (Jovanovic et al., 2013).

También nos encontramos con otros estudios a nivel general que demuestran que la seguridad de los puertos deportivos ejerce una influencia directa en la satisfacción de la demanda de turismo náutico (Horak, 2013); otros estudios manifiestan que la lealtad y la satisfacción, determinan el comportamiento del consumidor náutico (Znidar, 2010).

Algunas investigaciones llevadas a cabo en España demuestran que el clima, la cultura, y la naturaleza, son los elementos que más influyen en los turistas a la hora de elegir un destino para hacer turismo náutico. Así mismo que el desplazamiento de turistas náuticos desde el puerto base a otros lugares está relacionado como es comprensible, con el clima, la diversidad en lo que a la oferta se refiere, la calidad de los servicios prestados, y la distancia (Carrasco, 2001).

En Canarias en particular, los descubrimientos científicos relacionados con el sector son muy escasos, no obstante, publicaciones recientes dicen que para los turistas náuticos, el hecho de haber practicado deportes náuticos en otros territorios con carácter previo, ejerce una influencia directa en sus motivaciones y

decisiones de volver a practicarlo en el destino Gran Canaria, valorando los atributos del turista por sí mismo, y su vínculo o repercusión con la toma de decisiones (Suárez et al., 2013).

Otro tipo de los estudios como el de Lam et al. (2015) nos aporta información sobre las percepciones del turista náutico de visita Canarias, tales como la imagen, la valoración del puerto deportivo y la oferta turística. Aquí se ha podido comprobar que existen debilidades en la oferta náutica deportiva y recreativa de Canarias, por lo que el desarrollo del sector va a ser cuestión en mayor medida de la atención que se le preste a los puertos deportivos y al mix de servicios náutico turísticos del destino. Por último, este estudio nos deja certeza sobre la potencialidad que ofrece el destino Canarias para el desarrollo del turismo náutico, así como de la importancia que tiene para las futuras estrategias de rediseño y especialización del destino, realizar una correcta segmentación del mercado.

Un hecho importante que se destacan en estos estudios es la importancia de conocer y estudiar la demanda de turismo náutico, ya que permite extraer aportaciones tales como los atributos o estilos de vida del turista como factor motivador de empuje, las actitudes personales como factor de atracción, las percepciones y preferencias en la visita, entre otros aspectos. Un destino queda fijado en la mente del consumidor mediante asociaciones cognitivas, afectivas e intenciones de conducta, ya sean positivas, neutras o negativas, y también las intenciones y decisiones del turista-deportista náutico (Suárez et al., 2013).

También nos hemos topado con que, por lo general, el gestor de una instalación náutica tiende a preferir el ofrecimiento de aquellos servicios que están directamente relacionados con las necesidades de los usuarios de embarcaciones (agua potable, aseos, electricidad, combustible etc.), considerando al resto como de menor importancia (Chapapría, 2000). Al respecto, existen autores que plantean que éste es el principal problema de los productos náutico turísticos, que muchas veces están concebidos desde el criterio de los empresarios, propietarios o dueños, y no por la demanda de turismo náutico, lo que supone una debilidad para el sector (Kovačić y Gržetić, 2008).

## **5. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO NÁUTICO RECREATIVO EN CANARIAS**

Antes de realizar una caracterización de la oferta, definimos el ámbito de estudio, a saber, el sector del turismo náutico recreativo. La industria de la náutica recreativa se reconoce como el conjunto de organizaciones cuyos productos o servicios estén destinados a satisfacer las necesidades de aquellas personas que deseen practicar actividades deportivas y de recreo en el mar (Martín, 2013).

### **5.1. Análisis de la oferta**

Así, la oferta náutica de recreo, recoge actividades tales como: vela deportiva, windsurf, esquí náutico, kayak, submarinismo, parasailing, catamarán, kitesurf, flysurf, pesca deportiva, etc., todas ellas ofrecidas por diferentes empresas (véase tabla 2). El campo de actividades que intenta cubrir es cada vez más amplio, en correspondencia con las expectativas de un turista motivado por el factor riesgo y la necesidad de adrenalina, lo que hará que se demanden actividades que combinen ambas cosas en la mayoría de los casos. Así mismo la náutica recreativa se suele desarrollar en cualquier tipo de INR (instalación náutica de recreo), puertos deportivos, marinas, o también en la costa o playa, en función de sus modalidades (Gómez, 2012).

Tabla 2. Empresas que poseen relación directa con el turismo náutico

<b>TIPO DE EMPRESA</b>	<b>ACTIVIDADES PRINCIPALES</b>
Puertos deportivos	Recogen la celebración de Regatas internacionales. Atracción de barcos en escala. Base invernal de yates.
Estaciones Náuticas	Productos turísticos integrados en los que la oferta náutica actúa como elemento principal.
Clubes Náuticos	Promoción de la práctica de la náutica recreativa y de ocio. Celebración de eventos, marina y diques secos para atraques, servicios complementarios de ocio para los residentes (restauración....)
Escuelas Náuticas	Escuelas y academias que ofertan titulaciones y permisos para las actividades del sector.
Empresas de turismo activo y de turismo náutico	Proporcionan de forma habitual y profesional productos turísticos relacionados con el mar, y otros de naturaleza y deporte (navegación a vela, senderismo, piragüismo...).
Empresas de servicios náuticos	Grupo de empresas que bien ofertan servicios directo de mantenimiento, construcción de embarcaciones, como aquellas que oferten servicios de seguridad, aprovisionamiento, tiendas o de gestión.
Asociaciones/Federaciones	Información sobre eventos de la industria, convocatorias de regatas y otras competiciones náuticas, Promoción y celebración de actividades del mundo de la vela y otros.

Fuente: León *et al.*, 2014.

Estaciones Náuticas (EENN), es probablemente el tipo de negocio que mejor integra y comercializa la náutica recreativa en España. Son un tipo de plataforma organizativa que gestiona un producto turístico basado en los deportes recreativos de mar, pero combinándolos con alojamientos, actividades terrestres, restaurantes, ocio nocturno, cultura, etc.



En Gran Canaria concretamente hay 9 puertos deportivos y 16 Estaciones Náuticas según datos oficiales del Patronato de turismo. Los monitores cualificados se encargan de confeccionar los paquetes turísticos, adaptados para satisfacer las expectativas de quienes los contratan, con independencia de su edad y nivel en las diferentes disciplinas deportivas.

Las EENN trabajan por lo general vinculadas o localizadas en torno a los puertos deportivos y marinas, toda vez que la mayor parte de su oferta de alojamiento se encuentra en este entorno. En las islas hay 44 puertos deportivos y 8.108 amarres, generando una actividad económica de unos 170 millones de euros al año, según datos del Patronato de Turismo. La Estación Náutica Gran Canaria - Mogán, adherida a la Asociación Española de Estaciones Náuticas (AEEN) a principios de 2008, ha logrado integrarse como un producto turístico más en la promoción del destino turístico Gran Canaria, y las dos Estaciones Náuticas de Lanzarote se consolidaron en el año 2011 como uno de los centros mundiales del mejor kiteboarding de toda España (Patronato de Turismo).

El portal web náutico Cosas de Barcos, del Grupo Intercom, nos ofrece un directorio actualizado de las empresas náuticas a nivel mundial. En dicho directorio aparecen inscritas 3.503 empresas náuticas españolas; de ellas, 124 se encuentran en las Islas Canarias y, concretamente 50 en la provincia de Las Palmas, la región más oriental. En España, la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (AENEN), es el órgano que las representa a nivel nacional e internacional, regulando su entorno legal, económico, fiscal, laboral y administrativo de la actividad empresarial del sector ante las administraciones públicas. Es importante hacer notar la diferencia entre una empresa náutica, que es aquella dedicada a la venta, comercialización, mantenimiento de embarcaciones u otros temas relacionados a negocio de puertos deportivos, y las empresas de turismo náutico, y aquellas enfocadas a ofrecer servicios relacionados con los deportes recreativos, directamente al turista, las que suelen denominarse empresas de turismo náutico. En el marco de este trabajo, no se considera a las Estaciones Náuticas ni a los puertos deportivos como objeto de estudio, sino a las empresas de turismo náutico que prestan servicios directo al cliente o al turista. Respecto a este grupo, no existen estadísticas oficiales.

## **El sector empresarial de turismo náutico recreativo en Canarias**

Las Islas Canarias poseen 1.469 km de costa, lo que hace que se deba tener en cuenta el aprovechamiento y la diversificación de la oferta, ya que no sólo poseen dichos km de costa, sino también unas fabulosas condiciones para el desarrollo de actividades náuticas. En la actualidad, en Gran Canaria existen aproximadamente 47 empresas locales de turismo náutico, de las cuáles podemos ver en la tabla Anexo adjuntada al final del trabajo una información más detallada de éstas, abarcando un amplio abanico de productos y servicios del sector. Estas empresas por lo general se encuentran localizadas alrededor de playas, marinas y puertos deportivos de la isla<sup>5</sup>.

La tabla 3 muestra un resumen del número de empresas por tipo de actividad principal que ofrecen.

---

<sup>5</sup> Los datos han sido extraídos básicamente de la Guía Náutica Gran Canaria de Promotur, otras guías promocionales de EENN, y de otros documentos del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria (LPGC, 2012).

Tabla 3. Número y tipo de empresas de turismo Náutico en Gran Canaria

Actividad	Base de operación	Número de empresas
Alquiler de embarcación	Club náutico las Palmas; Muelle dpvo. LPA; Muelle dpvo. Pasito Blanco; Marina Anfi del Mar; Puerto Rico	12
Vela	Mogán; Marina LPA	2
Pesca deportiva	LPA	1
Transporte marítimo	Pto. Mogán; Pto. Rico	2
Excursiones marítimas	Muelle deportivo Pasito Blanco; Muelle dpvo. Pto. Mogán; Pto. Rico; Muelle dvo LPA; Marina Anfi del Mar	12
Surf	Pto. Rico	1
Ski acuático	Muelle deportivo Puerto Mogán	1
Pesca deportiva de altura	Muelle deportivo Pasito Blanco; Muelle dpvo. Pto. Mogán; Pto. Rico	11
Alquiler jet ski... Parasailing...	Anfi del Mar; Pto. Rico	2
Alquiler de motos de agua	San Bartolomé de Tirajana	1
Observación de cetáceos	Pto. Rico	2

Fuente: Elaboración propia a partir de promotor y guías náuticas promocionales

Como podemos apreciar, la oferta se asienta principalmente en lo que al alquiler de embarcación y excursiones marítimas se refiere, obteniendo a su vez este tipo de empresas una gran demanda en la isla. Estas empresas se caracterizan por ser empresas pequeñas y con un bajo número de trabajadores en general.

Además, tienen en común el poseer su base de operación exclusivamente en la isla de Gran Canaria y no en ninguna otra CCAA (SABI)<sup>6</sup>.

Son por lo general empresas privadas con pocos o ningún accionista, dónde incluso a veces sólo hay un administrador que también se encarga de gestionar la comercialización y las ventas como sucede en el caso de Tauro Cruisses Catamarán, situada en Taurito (SABI).

## 5.2. Análisis de la demanda

El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invatur) presenta en su informe anual un grupo de estadísticas relacionadas con la demanda del sector a nivel nacional. La demanda de turismo náutico en Canarias se caracteriza por su desplazamiento entre las distintas comunidades autónomas según varían las estaciones. Esto no sucede en Canarias, ya que dicha demanda se mantiene todo el año, y es que ello puede deberse al buen clima constante que se mantiene a lo largo del año, con temperaturas que rondan los 23°C y la casi constante dirección del viento que facilita la práctica de las actividades deportivas.

En cuanto a los turistas náuticos residentes españoles, Canarias es el tercer destino de preferencia (7,1%), siguiendo a la Comunidad Valenciana, a (19,3%), y a Cataluña (9,5%), y sus actividades principales son el buceo y alquiler de barcos para navegar y pescar, y el paddle surf y kayak de mar que ha experimentado un incremento de aficionados en el último año (PROMOTUR 2014).

La revista Magazine 2011, afirma que los productos náuticos fueron decisivos en la elección de más de 3,2 millones de personas, nacionales y extranjeros para visitar España, los que gastaron más de 2.000 millones de euros en 2011 (casi el 8,4% más que en temporadas anteriores), debido en parte al aumento de los turistas procedentes de Alemania o Gran Bretaña.

Otro aspecto que no podemos dejar de mencionar son las celebraciones de eventos deportivos los cuáles constituyen para Canarias un motor que impulsa la demanda. En este sentido, la regata ARC, (Atlantic Rally for Cruisers) es la

---

<sup>6</sup> Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

más importante. Según fuentes de prensa sobre este evento, en la última edición de noviembre de 2014 se recibieron cerca de 3.000 visitantes, entre cruceristas y familiares de los 180 veleros participantes de los 29 países diferentes. La mayoría fueron británicos y le siguieron los alemanes. Las tripulaciones ARC y familias dejaron casi 2 millones de euros en Las Palmas, en varadas, amarres, servicios y material del puerto, abastecimiento, restaurantes y hoteles. Se reservaron más de 690 noches de hotel en Las Palmas y se reservaron más de 1.400 vuelos desde, y con destino a Gran Canaria.

También podemos destacar eventos que se celebran anualmente en Canarias como son los premios Islas Canarias PWA "Windsurfing Excellence Awards" a nivel internacional, que es resultado de un convenio reciente de patrocinio entre Europa Press Turismo de Canarias, y la PWA (Profesional Windsurfers Association), con el fin de reforzar la presencia del destino Islas Canarias en las competiciones del circuito mundial de Windsurf.

En adición el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, a través de su Concejalía "Ciudad del Mar", también promociona y organiza eventos de índole internacional. La regata francesa, celebrada en el mes de febrero de 2013, fue un escenario más para la promoción y la consolidación del turismo náutico en las islas.

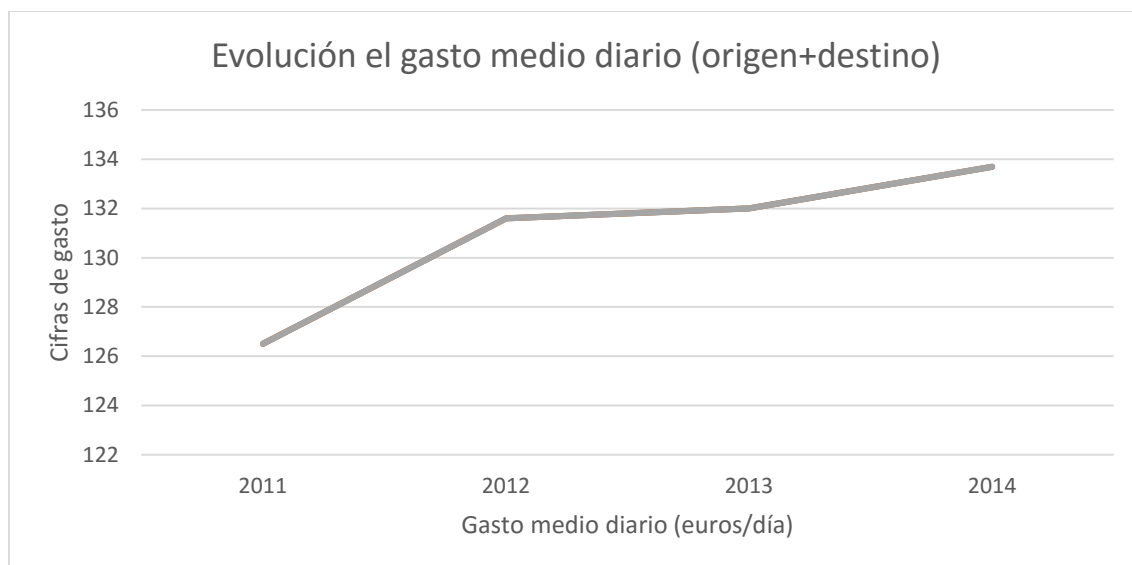
Si cabe destacar que bajo la hipótesis de que realizar actividades náuticas es un aspecto incluido en la elección de los que visitan Canarias como destino turístico para realizar deportes, existe un potencial de demanda que se ha incrementado paulatinamente desde 369.863 turistas en 2009 hasta de 465.065 turistas en 2011. Si es un dato a comentar que los puertos deportivos son los que mantienen el rol como elemento y capital comercial más importante del turismo náutico (Besteiro, 2004; Luković, 2012), pero en este trabajo fin de grado no nos centraremos en ello, sino en las empresas enfocadas al turismo náutico recreativo.

## **Análisis de la evolución del perfil del turista náutico en Canarias**

Las estadísticas de Promotur en Canarias apuntan que el perfil del turista náutico se caracteriza por tener edad media de entre 30 y 45 años, alto poder adquisitivo, viaja por lo general en familia (66%) y tiene estancia media aproximada a 10 días. También señala que suelen hacer viajes relacionados con la náutica un mínimo de dos veces al año y ser fieles al destino escogido. Por nacionalidades, destaca que por afición y tradición en estos deportes algunos de los principales mercados emisores de turistas son: Austria, Suiza, Rusia, Polonia, Holanda o Alemania.

Tomando como referencia las estadísticas que Promotur realiza sobre el perfil del turista con motivación náutica en Canarias, y con respecto a los datos de entre 2011 y 2014, se puede afirmar que el turista náutico que visita las islas tiene una edad media de 38 años, y es por lo general hombre. Se caracteriza por realizar una estancia media de 9,6 días, así como por tener un gasto medio diario que ha incrementado desde los 126.78€ en el año 2011, a los 133.53€ en el año 2014 como se refleja en el siguiente gráfico (Promotur, 2014).

Gráfico 2. Evolución media diaria del gasto del turista náutico en el conjunto de origen más destino.



Fuente: Promotur, 2014

Se alojan principalmente en hoteles y/o apartahoteles de 4\* en régimen de todo incluido. Un 48% son asalariados de altos cargos y medios, y en un 27,9% empresarios y autónomos con un nivel de ingresos personales medio de entre 24.000 y 36.000€, por lo que podemos concluir que este tipo de turismo atrae a un turista con un poder adquisitivo elevado, y que puede permitirse alojamiento de mayor categoría durante su estancia. ¿Qué reservan en el origen?-, pues bien, el turista que llega a Canarias normalmente viene con el vuelo en régimen todo incluido, reservados desde origen, así como los vehículos de alquiler que utilizarán en destino también. Principalmente gestionan la reserva desde la propia web del establecimiento hotelero en un 83%, seguido de las reservas desde las webs de turoperadores en un 71,1%, muy en concordancia con el total de turistas que visitan las islas (Promotur, 2014).

Otro dato destacable es el grupo de viaje, puesto que un 37% viene sólo con la pareja frente a un menor pero remarcable porcentaje del 15% que realiza el viaje sin compañía. Cuando nos preguntamos por las preferencias entre islas a la hora de viajar para realizar actividades náuticas, nos encontramos con que Gran Canaria se encuentra en el tercer puesto con respecto al porcentaje de turistas náuticos, por detrás de Fuerteventura y Tenerife, con un total de 53.170 turistas (Promotur, 2014).

En cuanto a la nacionalidad del turista náutico los alemanes, ingleses y españoles son los principales mercados de turismo náutico para la Comunidad Autónoma. La presencia de turistas repetidores (68,9%) es una cifra bastante alta que debe aprovecharse para seguir mejorando la oferta náutica de recreo para no decepcionar al turista repetidor, así como captar más demanda repetidora (Promotur, 2014).

Fuerteventura sigue posicionándose en cabeza respecto a este tipo de turismo en el archipiélago con un grado de especialización del 35,8%, lo que deja patente el buen aprovechamiento de las estaciones náuticas de la isla que se encuentran en sitios como Puerto del Rosario y el Parque Natural de Jandía, el cuál es una de las zonas más apreciadas por los windsurfistas de todo el mundo por la presencia de fuertes vientos. Además, la costa del sur de Fuerteventura posee fondos marinos de enorme riqueza para los aficionados al submarinismo (Promotur, 2014).

Por último y más importante, hago mención a la impresión que se llevan de Canarias, catalogándose como buena o muy buena en un 95,3% (valoración media, escala de 1 a 10), lo que estima un buen futuro al sector de la náutica recreativa, no sin hacer mención a la falta de especialización y renovación que poseen las estaciones náuticas en general y a la falta de inversores que se necesitan para llevarlo a cabo (Promotur, 2014).

En cuanto a los aspectos que influyen en la elección del destino, nos llama la atención que, a parte de la realización de actividades náuticas, motivo principal de la encuesta, en un porcentaje muy alto le sigue el motivo “clima y sol”, en un 84% de media, ya que, éste sería uno de los principales impulsores de la motivación del turista en su viaje a las islas. El motivo “playas” sigue siendo otro propulsor a lo largo de los años, seguido de Tranquilidad/ descanso/ relax, y es que, bien sabemos que muchas estrategias de marketing enfocan al archipiélago como destino de descanso.

Otros datos de especial mención en cuanto a los factores q propulsan la elección del destino, es el bajo porcentaje que acapara la oferta de turismo activo con una media de 7.1% aun cuando cada vez más, se intenta vender al destino como un buen paraje plagado de actividades deportivas/recreativas en el que vivir experiencias emocionantes y diversas.

Asimismo, la oferta cultural de la isla acapara sólo un 1.9% en cuanto a la motivación de elegir el destino náutico; es algo en lo que debemos pararnos, puesto que no es ninguna novedad que las islas poseen una gran oferta relacionada con la cultura, y este bajo porcentaje deja patente que debemos sacarle más partido a ello, bien sea cambiando las estrategias de marketing en destino, o simplemente otorgándole un mayor valor del que hasta ahora tiene (Promotur, 2014).

## **6. LAS MOTIVACIONES DEL TURISTA SEGÚN LA PRÁCTICA DE ACTIVIDADES NÁUTICO-DEPORTIVAS EN GRAN CANARIA**

En este apartado se estudian las motivaciones de los turistas hacia el deporte náutico, para lo cual se hace uso de una encuesta a cerca de 300 turistas que visitaron la isla de Gran Canarias con la idea de practicar deportes náuticos.



## 6.1. - Metodología y construcción de la muestra

En este apartado procederemos a analizar el perfil del turista náutico que llega a la isla de Gran Canaria; para ello, hemos delimitado la población centrándonos en turistas no residentes de visita en Gran Canaria motivados por la práctica de deportes náutico-recreativos (véase tabla 4). El lugar de realización de los cuestionarios ha sido específicamente la costa norte y sur de la isla de Gran Canaria, a un total de 278 turistas náuticos recreativos en el periodo de marzo-septiembre de 2015.

Dichos cuestionarios se estructuran en 4 bloques de preguntas. El primero de ellos se ha centrado en el perfil demográfico del encuestado. El segundo abarca todas las cuestiones relativas a las características del viaje del turista (transportes utilizados, presupuesto total...); el tercer bloque ha sido destinado a indagar en las motivaciones que han tenido los turistas para realizar el viaje. A este respecto, se pedía valorar en escalas de 1 a 5 el destino en general con afirmaciones tales como: el destino ofrece una amplia variedad de eventos culturales, o el destino posee infraestructuras suficientes para personas con discapacidad... entre muchos otros aspectos que el turista debía valorar en el cuestionario.

Tabla 4. Construcción de la muestra

Aspectos	Detalle
Cuestionario	Estructurado en 4 bloques de preguntas: A- Perfil demográfico del usuario, B- Características del viaje C- Motivaciones de viaje, y D- Valoración general del destino
Implementación	Directo e individualizado
Población	Turistas no residentes de visita en Gran Canaria motivados por la práctica de deportes náutico-recreativos
Lugar de realización	Costa norte y sur de la isla Gran Canaria
Tamaño de la muestra	278 turistas náutico recreativos
Fecha trabajo de campo	Marzo-Septiembre 2015

Fuente: Elaboración propia

## 6.2. - Perfil demográfico del encuestado y características del viaje.

Para poder llevar a cabo este apartado hemos realizado una agrupación de las variables y categorías con una serie de elementos que recojan los datos personales del turista, y así poder clasificarlos en base a su nacionalidad, género y edad, entre otras variables.

El perfil del turista náutico que llega a Gran Canaria en el año 2015 (véase tabla 5), vemos como se caracteriza por tener una edad media de entre 25-34 años; es decir, un turista más joven que la media que llega a Canarias a nivel general, la cual se sitúa entre 30 y 45 años. Se trata de un turista que llega a la isla con procedencia británica en su mayoría, seguido de un notable porcentaje de turistas españoles que llegan con motivación de realizar turismo náutico. Además, y coincidiendo con la media de llegadas al archipiélago a nivel general, se caracterizan por tener estudios universitarios y poseer un poder adquisitivo medio-alto según podemos comparar con la fuente oficial Promotur. Además, destaca la presencia de turistas cuyo estado civil es soltero/a, y con estudios universitarios, además de tratarse en su mayoría de personas que actualmente poseen un empleo.

Tabla 5. Perfil demográfico y características

<b>Variables</b>	<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Género	Masculino	125	45,8
	Femenino	148	54,2
Edad	16-24	42	15,2
	25-34	106	38,4
	35-44	58	21,0
	45-54	41	14,9
	55-64	19	6,9
	>64	10	3,6
	Estado civil	Soltero/a	92
Casado		89	32,4
Pareja		85	30,9
Divorciado		7	2,5
Estudios	Primaria	20	7,5
	Secundaria	104	39,1
	Universitarios	140	52,6
Actividad laboral	Autónomo	30	11,4
	Empresario/a	18	6,8
	Empleado	121	45,8
	Trabajador	54	20,5
	Jubilado	14	5,3
	Desempleado	24	9,1
Nacionalidad	Británica	73	26,3
	Española	44	15,8
	Alemana	32	11,5
	Noruega	23	8,3

\*En la tabla se recogen los valores más frecuentes dentro de la muestra.

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a las características del viaje (véase tabla 6), un 40,2% llega a Gran Canaria en pareja, dato que destaca en diferencia frente al 66% que lo hace en familia en la media de Canarias en general según fuentes oficiales de Promotur 2011/14.

Destaca también el dato relativo a la forma en la que conocen el destino específico de Gran Canaria, ya que los contactos con amigos, internet y AAVV, vuelven

a ser los medios más utilizados. La presencia de turistas repetidores sigue destacando por su alto porcentaje, situándose en Gran Canaria con un 52.2%, y en la media del resto del archipiélago en un 68,9%, según Promotur. Además el grado de fidelidad en la isla es también de un mínimo de 2 visitas como sucede en el resto de las islas en los últimos años.

Si nos centramos en la opinión acerca de la variedad de deportes que ofrece la isla, uno de los datos que más nos interesa conocer, vemos como la gran mayoría opina que el destino ofrece una variada oferta deportiva en el medio náutico, dato que no deja indiferente al resto de islas que también adquieren una buena puntuación en cuanto a la oferta náutica.

Por otro lado, debemos destacar también las altas intenciones futuras de volver a Gran Canaria, es decir, la buena fidelidad turista-destino que nos espera en los próximos años. Aun así, son más frecuentes las intenciones de recomendar el destino que las de volver al mismo, ello podría deberse a la buena imagen que se llevan del lugar como destino náutico, lo que conllevaría comentarios de recomendaciones positivos, frente al desconocimiento previo de si volverán a la isla o probarán un destino náutico nuevo.

Tabla 6. Variables, categorías y frecuencias

<b>Variables</b>	<b>Categoría</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Grupo de viaje	Grupo/Amigos	56	20,7
	Pareja	109	40,2
	Solo	70	25,8
	Familia	36	13,3
Medios de conocer	TTOO	33	11,9
	AAVV	75	27,0
	Internet	74	26,6
	Amigos	77	27,7
	Familia	36	12,9
Primera visita	Si	132	47,5
	No	146	52,5
Número de visitas	1	47	32,2
	2	63	43,2
	3-5	16	11,0
	6-10	20	13,7
Opinión variedad deporte	Si	252	91,3
	No	24	8,7
Intenciones de volver	Si	220	80,3
	No	54	19,7
Intenciones de recomendar	Si	271	97,8
	No	6	2,2

Fuente: Elaboración propia

Llegados a este punto realizaremos un breve análisis de la imagen o percepción que tienen los turistas a nivel general del conjunto de todos los elementos que conforman la experiencia turística náutica (tabla 7).

Si analizamos el grado de satisfacción con la visita, comprobamos con las encuestas como un conjunto de variables de intervalo toman valores muy dispares, llegando a tomar incluso valores por debajo del 2, lo que demuestra que hay un elevado grado de dispersión de los datos con respecto al valor promedio. Al tomar valores tan diferentes, no podemos concluir sino que no hay una satisfacción buena de carácter general por parte de los turistas en el conjunto de la visita a la isla.

Tabla 7. Valoración general del destino Gran Canaria

<b>Aspectos</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. est.</b>
Imagen percibida de la oferta náutica	4,01	0,80
Imagen percibida del destino	4,18	0,80
Grado de satisfacción con la visita	4,27	3,19
Escala imagen (1, muy negativa; 5, muy positiva)		
Escala satisfacción (1, poca satisfacción; 5, mucha satisfacción)		

Fuente: Elaboración propia

### 6.3.-Motivaciones hacia el deporte y la náutica. Valoración de la oferta

De este apartado se puede extraer información tal como la capacidad que tiene la isla para acoger la demanda en su totalidad; es decir, cumplir con las expectativas con las que han llegado los turistas a la hora de realizar algún deporte náutico.

La tabla 8 recoge los deportes náuticos más frecuentes dentro de la planificación de viaje de la muestra. Así pues, todos los encuestados son turistas náuticos, por lo que la motivación principal es la práctica de actividades náuticas recreativas en Gran Canaria.

Como se observa, el porcentaje de planeado hace referencia al porcentaje de la muestra que presentó el deporte como motivación principal del viaje; el buceo y las excursiones en barco fueron las motivaciones principales a la hora de elegir a Gran Canaria como destino náutico, no obstante, los turistas náuticos también presentaron otras motivaciones deportivas como la natación, el senderismo y el ciclismo, llegando sólo a realizar en su totalidad la natación. Otro dato que podemos extraer es como el turista náutico tiende a realizar varios deportes náuticos a la vez y combinarlo con otras actividades de turismo activo en el propio destino, lo que nos hace concluir como se trata de un turista que ante todo busca la motivación y el entretenimiento en los deportes practicados.

Si nos fijamos, los resultados demuestran que la demanda está por encima de la oferta ya que en todos los casos el número de personas que planearon realizar alguna actividad, es mayor que el número de los que finalmente las llevaron a cabo, por lo que se percibe que la capacidad de las empresas náuticas y

turismo activo de la región deberían incrementarse para poder ofrecer más oportunidades de realizar las actividades que desearon desde un principio los turistas, llegando incluso a aumentar la fidelización por parte de éstos, si la oferta fuese amplia, variada y de calidad.

Tabla 8. Tabla de frecuencia para las motivaciones deportivas y la capacidad de la oferta

<b>Deportes náuticos</b>	<b>Planeado (%)</b>	<b>Realizado (%)</b>
Pesca submarina y deportiva	15,8	5,8
Buceo	36,3	25,9
Surf	33,5	24,1
Windsurf	19,4	9,7
Remo	9,0	4,3
Catamarán	23,4	12,2
Esquí acuático	15,1	7,2
Excursión barco	36,0	25,5
Moto acuática	29,8	16,9
Navegar	17,6	10,4
Otros deportes	Planeado (%)	Realizado (%)
Ciclismo	20,1	14,7
Equitación	8,6	3,2
Espeleología	12,2	2,9
Golf	14,4	10,4
Natación	51,9	51,9
Parapente	15,5	6,1
Senderismo	21,9	14,7

\*Puede sumar más de 100 porque la mayoría presenta más de un deporte náutico como motivación para visitar la isla.

Fuente: Elaboración propia

## 7. CONCLUSIONES

El turismo náutico recreativo constituye aún una actividad con margen para realizar actividades en Canarias. El archipiélago recibe a miles de turistas de numerosas procedencias cada año con una motivación náutica recreativa que, teniendo que estar la Comunidad Autónoma preparada para acoger a tal demanda en su totalidad, y ofrecer un servicio de calidad que combine deporte y entretenimiento. Lo que en definitiva, se basaría en otorgarle al turista la experiencia que tanto desea.

De ahí la importancia de analizar la demanda de un sector tan poco estudiado así como su repercusión en la economía, ya que el turismo náutico genera innumerables empleos indirectos y directos.

Como se pone de relieve en este trabajo, el buceo y las excursiones en barco fueron las motivaciones principales a la hora de elegir a Gran Canaria como destino náutico; no obstante, los turistas náuticos también presentaron otras motivaciones deportivas como la natación, el senderismo y el ciclismo. Otro dato que se deriva del estudio realizado es que el turista náutico tiende a realizar varios deportes náuticos a la vez y combinarlo con otras actividades de turismo activo en el propio destino, con lo cual el turista que ante todo busca la motivación y el entretenimiento en los deportes practicados.

Los resultados demuestran que la demanda está por encima de la oferta ya que en todos los casos el número de personas que planearon realizar alguna actividad, es mayor que el número de los que finalmente las llevaron a cabo; por lo que se percibe que la capacidad de las empresas náuticas y turismo activo de la región deberían incrementarse para poder ofrecer más oportunidades de realizar las actividades que desearon desde un principio los turistas, llegando incluso a aumentar la fidelización por parte de éstos, si la oferta fuese amplia, variada y de calidad.

El sector se está esforzando por mejorar la calidad de los servicios náuticos prestados en Canarias; sin embargo, las instituciones también deben poner su pequeña aportación crear infraestructuras adecuadas y atraer a los inversores con condiciones realistas, para así, avanzar y lograr posicionar a Canarias como destino náutico de alta calidad.



## BIBLIOGRAFÍA

- AEEN (2014). Revista Margazine. Vol. 07, Tarragona, 2014.
- ANEN (2013). El mercado de embarcaciones de Recreo, Enero-Diciembre 2013. Enero de 2014.
- Besteiro, (2004). El desarrollo del Turismo Náutico en Galicia. *Cuadernos de Turismo*, 13, 145-163.
- Butler, M. (2008). Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias. Organización Mundial del Turismo, Madrid, 2008.
- Cameron, C. M. & Gatewood, J. B. (2008). Beyond sun, sand and sea: The emergent tourism programme in the Turks and Caicos Islands. *Journal of Heritage Tourism*, 3 (1), 55-73.
- Carrasco, S. F. (2001). La relevancia del turismo náutico en la oferta turística. *Cuadernos de Turismo*, 7, 67-80.
- Carrasco, S. F. (2002). El turismo náutico en el Mediterráneo. *Cuadernos de Turismo*, (9), 19-32.
- Chen, C. F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism management*, 28(4), 1115-1122.
- Chapapría, V. (2000) *Náutica de recreo y turismo en el mediterráneo: La Comunidad Valenciana*. Ed. Síntesis. Madrid. 1998.
- Chapapría, V. E. (2000). El planteamiento de infraestructuras para el turismo náutico. *Cuadernos de Turismo*, (6), 29-44.
- Cieniewicz M. (2014). The potential of European nautical tourism for is-lands. EESC & IN-SULEUR Public Hearing. European Boating Industry, Brussels (EC)S.
- CLIA (2013). Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe.
- Gómez Javaloyes, E. (2012). La gestión de instalaciones náuticas de recreo: su relación con el turismo náutico en la Costa Blanca.
- González, Y. E. L., & Ledesma, J. D. L. (2015). El perfil del turista náutico en destino Cabo Verde. *Revista Perspectiva Empresarial*, 2(2).

Horak, S. (2013). Demand for nautical tourism in Europe-case study Croatia. In *Nautical tourism*, CABI, 159-185.

Instituto de Estudios Turísticos de España (2011). *Frontur. Informe anual 2011*.

Invatur (2011). *La demanda de actividades náuticas crece un 30% durante el año 2011*.

Jovanovic, T., Dragin, A., Armenski, T., Pavic, D., & Davidovic, N. (2013). What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8), 858-872.

Kovacic, M., y Gržetic, Z. (2008). Nautical tourism the basis of the systematic development. *Pomorstvo*, 22, 1, 31-51.

Lam González, Y. E., Suárez Reina, M.B, León, C. J. & León Ledesma, J. (2015) Turismo náutico: una valoración del destino Gran Canaria. *Re-vista Electrónica CECIET*, 8, 14-31.

León, C. J, González Muñoz A., Guersi Sauret J.L & González Muñoz, A. (2014) Investigación en Turismo Náutico Canarias-Marruecos / Étude sur. *Le Tourisme Nautique des Îles Canaries et du Maroc*, (Yen Lam Ed.). Las Palmas de Gran Canarias.

Luković, T. (Ed.). (2013). *Nautical tourism*. CABI: Dubrovnik.

Martin, S. A., & Assenov, I. (2012). The genesis of a new body of sport tourism literature: A systematic review of surf tourism research (1997–2011). *Journal of Sport & Tourism*, 17(4), 257-287.

Moreno et al, 1995:138. Motivación del turista hacia la práctica de deportes náuticos: Un estudio en el destino turístico de Gran Canaria, 2013.

Patronato de Turismo de Gran Canaria (2012). *Plan estratégico Gran Canaria Turismo 2020*. Cabildo de Gran Canaria.

Pavic y Davidovic (2013). *Turismo náutico, destino Gran Canaria*.

Peláez, A. (2002). *La repercusión de la administración y gestión de los puertos deportivos en el desarrollo del turismo náutico: estrategias para el caso de la Costa del Sol*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga.

- Peláez, S., & Domínguez, G. I. (2009). Género y deporte: hallazgos actuales y desafíos para la investigación. *Calidad de Vida y Salud*, 2(1).
- Ponting, J. & D. O'Brien (2015). Regulating Nirvana. Sustainable surf tourism in a climate of increasing regulation. *Sport Management Review* 18(1), 99-110.
- Promotur (2012). Plan Estratégico Promocional del Turismo en Canarias 2012-2016. Promotur Turismo de Canarias. Gobierno de Canarias.
- Promotur (2013). Perfil del turista según aspectos que influyen en la elección del destino. Actividades náuticas. Promotur Turismo de Canarias. Gobierno de Canarias. Turespaña, 1998.
- Rebollo, J. F. V., & Castiñeira, C. J. B. (2010). Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (53), 329-353.
- Secall, R., y Fuentes García, R. Economía, historia e instituciones del turismo en España. Madrid. 2000.
- Secall, R. E. (1991). Un nuevo modelo turístico para España. Universidad de Málaga.
- Suárez Acosta, M. Á., Zoghbi Manrique de Lara, P., & Aguiar Quintana, T. (2013). Motivación del turista hacia la práctica de deportes náuticos: un estudio en el destino turístico de Gran Canaria. *Revista de análisis turístico*, (15), 37-48.
- Suárez de Vivero, J. L., (2015) La Política Marítima y la Planificación Espacial, Pto MEC, 2015. Universidad de Sevilla.
- Turespaña (1998). Colección Estudios de Productos Turísticos. Madrid, 1998.
- WTM, (2014). World Travel Market; Organización Mundial del Turismo, 2014.
- Znidar (2010). Turismo náutico destino Gran Canaria.

Tabla Anexo. Empresas de turismo náutico en la isla de Gran Canaria

<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Actividad</b>	<b>Base de Operación</b>
Zeus Canary Saling (velero)	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo de Las Palmas
Pumpeti (velero)	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo de Las Palmas
Samuel y Rebeca	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo de Las Palmas
Sevein del Mar (Nautic Islas)	Alquiler de embarcación y excursiones	Muelle deportivo de Las Palmas
Dos mil cuatro	Alquiler de embarcación sin tripulación	Muelle deportivo de Las Palmas
Salana	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo de Las Palmas
Baraka III	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo Pasito Blanco
Acuario III	Alquiler de embarcación	Muelle deportivo Pasito Blanco
Cabo de Creus	Excursiones marítimas	Muelle deportivo Pasito Blanco
Garvi I	Pesca deportiva de altura	Muelle deportivo Pasito Blanco
Delfín Playa	Excursiones marítimas	Muelle deportivo Pasito Blanco
Multi Acuatic	Observación de cetáceos	Puerto Rico
Spirit of the Sea	Observación de cetáceos	Puerto Rico
Cavalier	Pesca deportiva de altura	Puerto Rico
White Marlín I	Pesca Deportiva de altura y paseos	Puerto Rico
Blue Marlín III	Pesca Deportiva de altura y paseos	Puerto Rico
New Felusí	Pesca deportiva de altura	Puerto Rico
Sailfish	Pesca deportiva de altura	Puerto Rico
White Striker	Pesca deportiva de altura	Puerto Rico
Barracuda II	Pesca deportiva de altura	Puerto Rico
Bahía Cat	Excursiones marítimas	Muelle deportivo de Las Palmas
Maida	Pesca Deportiva de altura y paseos	Muelle deportivo Puerto Mogán
Lucky Rubi G	Pesca Deportiva de altura y paseos	Muelle deportivo Puerto Mogán
Afrikat Catamarán	Excursiones marítimas	Puerto Rico

Fuerza 7	Excursiones marítimas a vela	Marina Anfi del Mar
Liberty III	Excursiones marítimas	Puerto Rico
Blue Spirit Catamarán	Excursiones marítimas	Puerto Rico
Big Red Extreme	Excursiones marítimas	Puerto Rico
Alcor IV	Excursiones marítimas	Muelle deportivo Puerto Mogán
Super Cat Catamarán	Excursiones marítimas	Muelle deportivo Puerto Mogán
Bussard	Excursiones marítimas	Muelle deportivo Puerto Mogán
Tauro Cruisses Catamarán	Alquiler de embarcación sin tripulación	Puerto Rico
Pura Vida IV	Alquiler de embarcación	Puerto Rico
Miniña del Mar	Alquiler de embarcación	Marina Anfi del Mar
Tahitian Dream	Ski náutico	Muelle deportivo Puerto Mogán
Buddy Le Poulpe	Alquiler de motos de agua	San Bartolomé de Tirajana
Canary Watersports	Alquiler Jet Ski, parasailing...	Puerto Rico
Luis Molina Watersports	Parascending	Anfi del Mar
Canary Sun Sailing	Alquiler de embarcaciones de vela	Club náutico las Palmas
Overschmidt Sail and Surf G.C	Surf	Puerto Rico
The Secret	Excursiones marítimas	Pasito Blanco
Canary Racer Cup	Vela	Mogán
Canary Sun Sailing	Vela	Marina LPA
Lineas Blue Bird	Transporte marítimo	Puerto Mogán
Líneas Salmón	Transporte marítimo	Puerto Rico
Fish On!	Pesca deportiva	LPA
Dorado I	Pesca deportiva y de altura	Puerto Rico

