



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat d'Economia i Empresa

Memòria del Treball de Fi de Grau

Estrategia de marketing del turismo activo: Ibiza como destino de turismo náutico deportivo

Andrea Barbagallo García

Grau de Administració d'Empreses

Any acadèmic 2017-18

DNI de l'alumne: 48199305E

Treball tutelat per Maria Antonia Garcia Sastre
Departament de Economia de la empresa

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Turismo activo, Turismo náutico, Ibiza, Islas Baleares

Índice de contenidos

RESUMEN	5
ABSTRACT	5
1. Introducción	6
2. Objetivos	7
3. Metodología.....	8
4. Desarrollo	9
4.1 Turismo activo	9
4.2 Turismo náutico.....	14
4.2.1 Chárter náutico.....	15
4.2.2 Perfil de los turistas del sector náutico-deportivo en Ibiza	17
4.2.2.1 Principales factores que afectan al comportamiento del consumidor.....	17
4.3 La competencia a nivel internacional.....	18
4.4 Análisis del macroentorno	21
4.4.1 Entorno económico	21
4.4.2 Entorno demográfico-cultural	21
4.4.3 Entorno normativo	22
4.4.4 Entorno tecnológico.....	23
4.4.5 Entorno natural.....	23
4.5 Análisis DAFO	25
4.5.1 Debilidades	25
4.5.2 Amenazas	25
4.5.3 Fortalezas	26
4.5.4 Oportunidades.....	26
4.6 Definición de estrategias	28
5. Conclusiones	29
Bibliografía	30

Índice de tablas

Tabla 1. Ranking países que reciben más turistas extranjeros. Año 2016.....	9
Tabla 2. Indicador global del monitor de competitividad turística por comunidades autónomas	10
Tabla 3. Normativa autonómica de turismo activo	11
Tabla 4. Matriz DAFO	27

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Cala del Naufragio, isla de Zakynthos, Grecia.....	19
Ilustración 2. Mapa Sicilia, Italia	20
Ilustración 3. Regulación de la Posidonia en Talamanca (Ibiza).....	24
Ilustración 4. Regulación de la Posidonia en Benirrás (Ibiza)	24

RESUMEN

La isla de Ibiza es uno de los destinos turísticos más visitados a escala internacional con una imagen madura que se ha ganado a lo largo de los años basada en el turismo de sol y playa. Sin embargo, han ido surgiendo nuevas tendencias causadas por un cambio motivacional de los turistas. De esta nueva necesidad emerge el turismo activo donde se agrupan todas aquellas actividades realizadas al aire libre, entre ellas, el turismo náutico. Actualmente, Ibiza goza de las infraestructuras y espacios ideales para el desarrollo de esta actividad, aunque no cuenta con la promoción suficiente para mejorar su posicionamiento global como destino de turismo náutico de calidad. Además, la isla debe combatir factores como la insularidad y la estacionalidad para un mejor desarrollo económico y un cambio de imagen de marca de la isla.

ABSTRACT

The island of Ibiza is one of the most visited tourist destinations on an international scale with a mature image that has been gained over the years based on sun and beach tourism. However, new trends have emerged caused by a motivational change of tourists. From there, active tourism has arisen grouping all kinds of outdoor activities, including nautical tourism. Nowadays, Ibiza enjoys the infrastructure and ideal spaces for the development of this activity, although it does not have enough promotion to improve its global positioning as a destination for quality nautical tourism. In addition, the island must fight factors such as insularity and seasonality for better economic development and a change of brand image of the island.

1. Introducción

El turismo es uno de los motores fundamentales del sector terciario de España, y ocupa una parte importante del PIB del país. Además, de entre todos los destinos españoles, las Islas Baleares están entre las más visitadas por los turistas de todo el mundo. Sobre todo, estamos hablando del turismo de sol y playa o turismo de masas que atrae a los turistas a las islas por la calidad de su oferta turística como, por ejemplo, las playas, la gastronomía, las discotecas, el clima, etc.

Aunque el tipo de turismo más conocido es el de sol y playa, se puede decir que este concepto ha ido evolucionando durante todos estos años hasta llegar a otro tipo de turismo llamado turismo activo. En otras palabras, ahora no solo se busca un lugar donde relajarse y tomar el sol, sino una destinación donde el turista pueda realizar todo tipo de actividades al aire libre y en contacto con el medio ambiente.

Dentro de los conceptos de economía y de marketing asimilados durante el Grado de Administración y Dirección de Empresas, se podría decir que los consumidores están buscando una nueva necesidad y todas aquellas empresas que trabajan en el sector terciario deben adaptarse y satisfacer esta nueva demanda. En España cada año se ponen en marcha nuevas actividades y propuestas por las distintas regiones como por ejemplo Andalucía, Valencia, Cataluña o las Islas Baleares que cuentan con un amplio programa de fomento del turismo activo. Está claro que esto requiere de una importante inversión para mejorar y adecuar el sector turístico, además del intento de luchar contra la estacionalización que caracteriza el sector de nuestro país mediante la promoción nacional e internacional.

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como finalidad analizar la isla de Ibiza como destino de turismo náutico de embarcaciones de recreo.

La primera parte del trabajo consistirá en exponer brevemente el concepto de turismo activo, así como las diversas tipologías. A continuación, se resumirá la evolución del turismo náutico y las diferentes actividades que encontramos dentro de este sector.

Después de haber entendido los diferentes grupos del sector náutico podremos pasar a analizar el turismo náutico de chárter de recreo o, más comúnmente llamado, chárter náutico, que es el objeto de estudio de este TFG. Concretamente se centrará en la isla de Ibiza, donde cada vez se fomenta y promociona más este tipo de actividad debido a las características que ofrece la isla como, por ejemplo, sus puertos, playas, posición geográfica, climatología entre otros.

Por último, se pretende estudiar todos los factores que afectan al chárter náutico, con la finalidad de recoger una serie de posibles acciones estratégicas que podrían ayudar a mejorar el sector náutico de recreo en Ibiza.

2. Objetivos

Con este TFG el objetivo general es el estudio de la situación actual del turismo náutico y de diversos elementos del marketing turístico aplicados a este sector en la isla de Ibiza. Los objetivos específicos que se pretenden alcanzar con la elaboración de este trabajo son los expuestos a continuación.

En primer lugar, es importante analizar la evolución del turismo y describir el concepto de turismo activo. Así se podrá situar el turismo náutico dentro de las diferentes tipologías de turismo activo y profundizar sobre su evolución en España. Una vez quede claro el concepto de turismo náutico, se tratará de describir el perfil de la demanda de este sector.

Otro objetivo relevante para nuestro trabajo será el análisis del macroentorno, en el cual se estudiarán diversas variables que afectan al sector náutico como la economía, la tecnología o el entorno normativo y, además se estudiará la competitividad del turismo náutico de manera internacional.

Después, se podrá elaborar una matriz DAFO con todos los factores externos e internos, que nos ayudará a identificar todas aquellas ventajas y desventajas que encontramos en el turismo náutico de recreo en Ibiza.

Finalmente, y a partir de los datos obtenidos en el análisis DAFO, se redactarán de manera breve una serie de acciones estratégicas que se podrían implementar para potenciar el chárter náutico de la isla.

3. Metodología

Para alcanzar los objetivos propuestos anteriormente, se ha utilizado la normativa establecida por la Facultad de Administración y Dirección de Empresas de la Universitat de les Illes Balears. Todo el Trabajo de Fin de Grado ha sido elaborado en castellano y de manera individual. Además, todos los conceptos explicados en este documento se apoyan en las diferentes asignaturas de Dirección Comercial y Marketing estudiadas a lo largo de esta carrera.

La metodología utilizada consta en el uso de documentos, libros, artículos, y otros recursos encontrados en fuentes oficiales sobre el turismo en España y, concretamente en las Islas Baleares. Por otro lado, se han utilizado unos criterios específicos a la hora de recopilar toda la información como son la fiabilidad, validez, calidad y actualidad. Es decir, se han utilizado los documentos que cumplen estos requisitos para asegurar que todo lo explicado en el documento se ha sacado de fuentes fiables y actualizadas y, se ha intentado contrastar toda la información con diversas fuentes.

También se han utilizado otras fuentes secundarias para obtener datos y gráficos sobre el turismo náutico de Ibiza como, por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Agencia de turismo de las Islas Baleares y la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN).

Se ha realizado una primera fase de recopilación de documentos e información necesario para entender todos los conceptos antes de pasar a redactarlos en los distintos apartados del TFG. Esta fase se ha llevado a cabo mediante la búsqueda en páginas web, mediante el buscador Google Académico, libros sobre marketing y recursos utilizados en las asignaturas de marketing estudiadas en el grado de ADE.

Una vez recopilada toda la información necesaria se ha hecho una lectura y extracción de todos los datos relevantes para intentar reducir el número de documentos lo máximo posible. Por último, se ha pasado a la redacción del trabajo mediante Microsoft Office Word.

4. Desarrollo

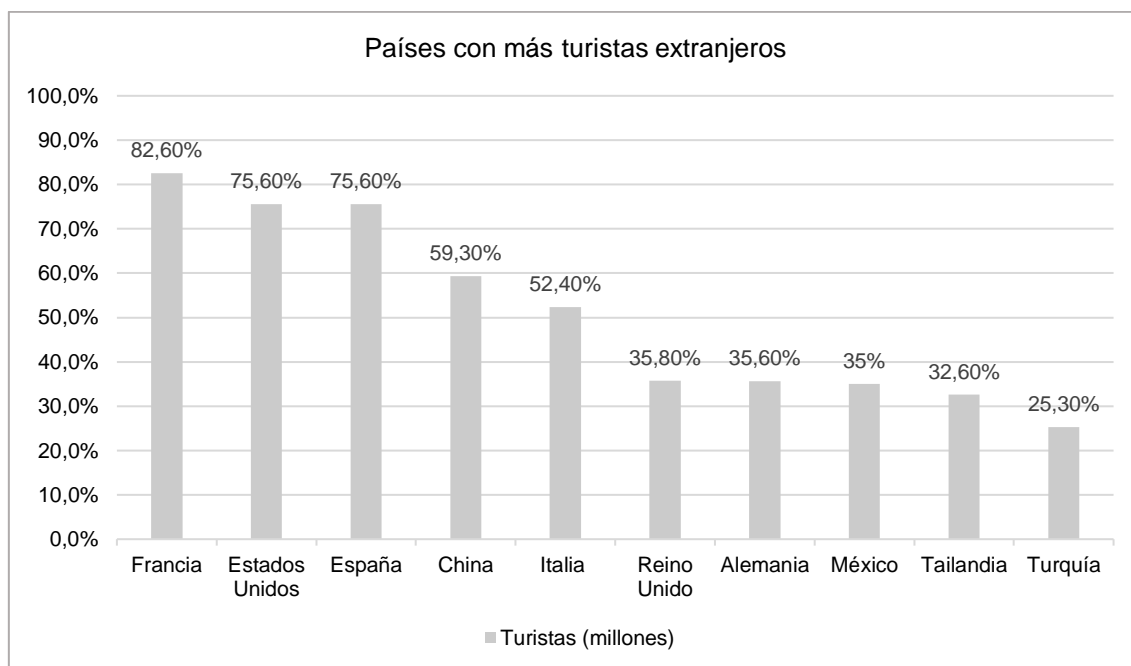
4.1 Turismo activo

Antes de definir lo que entendemos por turismo activo, hay que saber a qué nos referimos por turismo y la situación actual en España.

Por turismo nos referimos al “conjunto de relaciones que surgen como consecuencia de un viaje, siempre y cuando éste no dure más de un año” (...). Dependiendo de la organización del viaje, el tipo de actividades o la motivación de los turistas estaremos hablando de clases diferentes de turismo.

España se sitúa en una de las posiciones más altas en el ranking de destinos turísticos a nivel internacional (*Tabla 1*). Además, las comunidades autónomas más visitadas son las Islas Baleares, Cataluña, Andalucía, etc. (*Tabla 2*).

Tabla 1. Ranking países que reciben más turistas extranjeros. Año 2016



Fuente: Hosteltur y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Elaboración propia

El sector turístico es una de las bases principales de la economía de la isla de Ibiza que está caracterizada sobre todo por un turismo de sol y playa. Actualmente esta isla del Mediterráneo está considerada un destino maduro con una imagen de marca muy destacada.

Tabla 2. Indicador global del monitor de competitividad turística por comunidades autónomas

	Ranking	Índice, media=100/2010
Cataluña	1	116,0
Comunidad de Madrid	2	112,4
País Vasco	3	110,4
Canarias	4	103,8
Islas Baleares	5	103,2
Comunidad Valenciana	6	101,5
Andalucía	7	101,2
Navarra	8	100,1
La Rioja	9	100,1
Galicia	10	100,1
Castilla y León	11	99,8
Cantabria	12	94,7
Aragón	13	94,0
Asturias	14	93,1
Castilla La Mancha	15	91,8
Murcia	16	91,7
Extremadura	17	90,3

Fuente: Exceltur (Monitor Año 2014)

Cuando se habla de turismo activo, en líneas generales nos referimos a todas aquellas actividades que tienen lugar al aire libre o en contacto con el medio natural, aunque no existe una definición exacta que englobe todos los tipos de turismo activo. Aun así, en el año 2004, la Secretaria General de turismo nos proporcionó la siguiente definición:

Aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos de forma específica, sin degradarlos o agotarlos. (SGT, 2004).

Sin embargo, este concepto ha evolucionado mucho estos años y una de las definiciones más destacadas y recientes es la de ANETA que definió las empresas del turismo activo en España como aquellas que:

Se dedican profesionalmente a prestar a sus clientes, servicios de actividades recreativas basadas en los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en el que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre, tanto de superficie como subterráneo, acuático o subacuático, y a las que es inherente un nivel de riesgo que exige ciertas condiciones psicofísicas, así como cierta destreza, habilidad o conocimientos técnicos para su práctica. (Informe sobre el turismo activo en España 2014).

Por otro lado, cada comunidad autónoma de España ha intentado definir el concepto de turismo activo, además de establecer una legislación específica (Tabla 3) Concretamente las Islas Baleares establecieron que:

Las actividades de turismo activo consisten en la prestación de servicios que permiten el desarrollo de actividades recreativas, deportivas y de

aventura que se practican sirviéndose de los recursos que ofrece la naturaleza en el medio en que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre, subterráneo, acuático o subacuático, y en las que es inherente un cierto grado de destreza o experimentación. (BOE.es - Documento BOE-A2012-10610, 2012)

Tabla 3. Normativa autonómica de turismo activo

Cataluña	Decreto 56/2003, de 4 de febrero, que regula las actividades físico-deportivas en el medio natural (Castellano y Catalá)
Cantabria	Decreto 31/1997, de 23 de abril, de Cantabria sobre alojamientos y actividades turísticas en el medio rural. Derogado parcialmente; descargar el texto consolidado.
Galicia	Decreto 42/2001, de 1 de febrero, por el que se refunde la normativa de agencias de viajes, guías de turismo especializado y turismo activo
Aragón	Decreto 55/2008, de 1 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el reglamento de las empresas de turismo activo
Andalucía	Decreto 20/2002, de 29 de enero, que regula la prestación de servicios en el medio rural y el turismo activo
Asturias	Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, de turismo activo Resolución de 1 de diciembre de 2017, de la Consejería de Empleo, Industria y Turismo, por la que se acuerda incluir en el anexo de actividades de turismo activo del Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, la actividad "Avistamiento de Flora y Fauna salvaje"
La Rioja	Decreto 14/2011, de 4 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja
Navarra	Decreto Foral 288/2004, de 23 de agosto, por el que se aprueba el reglamento para el ejercicio de la actividad de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo y cultural
Castilla-La Mancha	Decreto 77/2005 de ordenación de las empresas de turismo activo
Castilla y León	Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León Orden CYT/1865/2007, de 15 de noviembre, por la que se desarrolla el Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León
Región de Murcia	Decreto n.º 11/2018, de 14 de febrero, por el que se regulan las empresas de turismo activo de la Región de Murcia
Comunidad Valenciana	Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana
Islas Baleares	Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears (artículos 117 a 124)
Canarias	Decreto 226/2017, de 13 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se establece el régimen jurídico para el desarrollo de las actividades de turismo activo

Fuente: ANETA. Elaboración propia

Hasta ahora todas las definiciones hablan de actividades recreativas, y es que dentro del turismo activo encontramos una gran variedad de tipologías. Concretamente en las Islas Baleares, el año 2015 se estableció que existen veinticuatro tipologías ordenadas alfabéticamente sin hacer ninguna distinción ("BOIB, Butlletí oficial de les Illes Balears", 2015). Sin embargo, cada año van surgiendo nuevas tipologías y subtipos.

A pesar de existir más tipologías de las que aparecen en el BOIB, se enumerarán y ordenarán según tengan lugar en el agua, el aire o el suelo, dejando por último las actividades acuáticas, ya que una de ellas es nuestro objeto de estudio.

Dentro de las actividades terrestres:

- Senderismo: *“expedición excursionista de cortos o largos recorridos a través de senderos, en la que se puede pernoctar o no”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Bicicleta de montaña: *“especialidad de ciclismo de progressio en espacios naturales, que utiliza las técnicas y la maquinaria. características del ciclismo de montaña.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Escalada: *“actividad que consiste en subir o trepar por paredes verticales naturales o artificiales”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Montañismo: *“actividad de desplazamiento en montaña, hecha caminando, que tiene como objetivo el ascenso a montañas sin emplear en ningún caso las técnicas y materiales de escalada, alpinismo o esquí”.* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Paintball: *“paintball hecha en el medio rural”.* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Descenso de barrancos: *“práctica que consiste en el descenso de un barranco mediante el empleo de técnicas de descenso empleadas en montañismo, escalada, espeleología y natación”.* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Quads: *“actividad que se hace en circuitos cerrados o itinerarios permitidos en vehículo especial, todo terreno de cuatro ruedas y máximo de dos plazas, variante de la motocicleta”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Todo terreno con motor/4x4: *“actividad que consiste en hacer recorridos en vehículos todo terreno en circuito cerrado o itinerarios permitidos.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Salto con elástico o puenting: *“práctica que consiste en lanzarse desde un lugar alto, sujeto por una goma elástica que hace subir y bajar el saltador varias veces”.* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)

- Travesía: *“expedición excursionista de largo recorrido y medio recorrido a través de regiones de montaña, durante la cual se pernocta en refugio o acampada”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Turismo ecuestre: *“excursión organizada en equino siguiendo un recorrido determinado previamente.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Turismo de naturaleza: *“actividades de divulgación científico-técnica de la biodiversidad de las Islas Baleares llevadas a cabo en parajes naturales.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Espeleología: *“actividad de exploración y progresión en cavidades subterráneas sorteando los obstáculos inherentes a estas mediante el empleo de las técnicas y materiales característicos de la espeleología”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)

Dentro de las actividades en lugares aéreos:

- Globo aerostático: *“modalidad de vuelo que se realiza mediante el empleo de un globo.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Heliexcursión: *“excursión en helicóptero con fines deportivos o de ocio”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Paracaidismo: *“práctica que consiste en lanzarse desde un avión, helicóptero, globo en avioneta en vuelo y descender hasta al suelo frenando y dirigiendo la caída con paracaídas”.* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Vuelo libre: *“actividad que consiste en desplazarse por el aire utilizando aparatos y medios que no estén propulsados por motores: veleros, parapentes, paracaídas y ala deltas”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Vuelo en ultraligero: *“actividad de progresión aérea que utiliza una aeronave de características determinadas, dotada de motor. Emplean las técnicas y los materiales característicos de esta modalidad.”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Vuelo sin motor: *“modalidad de vuelo que se hace con un aeroplano ligero y sin motor”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)

Por último, tenemos las actividades en medios acuáticos:

- Esquí acuático: *“práctica de esquí en el medio acuático”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)

- Moto acuática: *“actividad que se hace en aguas abiertas o interiores en motos de agua, donde no esté prohibido por la normativa vigente”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Navegación a vela: *“navegación en embarcaciones de vela propulsadas fundamentalmente por la fuerza del viento”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Piragüismo: *“actividad náutica que consiste en navegar en piragua”* (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)
- Surf y windsurf: *“práctica del desplazamiento en la superficie del agua mediante el empleo de una tabla a vela o tabla especial según la modalidad”*. (BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears, 2015)

Dentro de las actividades acuáticas no hemos mencionado el turismo náutico, ya que pasaremos a analizarlo en el siguiente apartado diferenciando las subactividades que existen dentro del mismo.

4.2 Turismo náutico

El turismo náutico se podría definir de muchas maneras dependiendo del tipo de actividad realizada por el turista. Por ejemplo, se podría definir el turismo náutico como aquellas vacaciones realizadas de manera activa en las que se pueden llevar a cabo diversas actividades en contacto con el agua.

Además, este tipo de actividad está creciendo más rápido que el resto del sector turístico en general, entre otros motivos porque estamos frente un producto que algunos consideran complementario del turismo de sol y playa.

Según varios autores, se puede dividir el turismo náutico en varios grupos dependiendo de la actividad que realice el turista:

- Turismo de cruceros: consiste en realizar viajes de ocio y recreativos en grandes embarcaciones, normalmente a distintos países como por ejemplo un crucero por el Mediterráneo.
- Turismo náutico deportivo: es la actividad que analizaremos a lo largo del TFG. La principal diferencia con el turismo de cruceros es que los turistas no se desplazan por distintos países, sino que desean realizar actividades deportivas y náuticas en el lugar de destino, en este caso se trataría de Ibiza. Dentro de esta tipología hay que distinguir entre:
 - Turismo náutico deportivo de corto alcance: consiste en la realización de actividades deportivas en un lugar determinado, normalmente un puerto base o playa.

- Turismo náutico deportivo de largo alcance: consiste en realizar actividades en una embarcación de recreo que permite la posibilidad de desplazamiento entre puertos y playas. En este tipo de actividad se distingue entre aquellas personas que realizan la actividad con una embarcación propia y aquellas que deciden alquilar una embarcación. Este último es el llamado chárter náutico, el cual se analizará a continuación.

4.2.1 Chárter náutico

Aunque estamos hablando de una actividad que hasta hace poco no era muy demandada en España, el chárter náutico se puede definir como el alquiler de embarcaciones de recreo. Es decir, permite a los turistas navegar sin necesidad de ningún título ni experiencia previa y también permite a todos aquellos clientes expertos la posibilidad de alquilar un barco sin necesidad de tripulación.

Actualmente, es un sector en crecimiento, ya que la demanda cada vez es mayor. Además, la oferta también aumenta cada vez más empezando desde armadores que cuentan con una o dos embarcaciones hasta empresas con flotas de más de 20 o 30 embarcaciones. Todo esto ha provocado una continua lucha de precios y una gran competitividad donde las empresas deben diferenciarse para conseguir ofrecer un mayor valor a los potenciales clientes. En este sector la diferenciación del producto es algo difícil puesto que los barcos provienen de los mismos fabricantes, por eso las empresas optan por una diferenciación de los servicios adicionales que ofrecen como, por ejemplo, la limpieza, la comida o un servicio 24 horas.

Hasta hace poco tiempo esta actividad se consideraba un producto al alcance de aquellas personas con mayor poder adquisitivo. Actualmente, las empresas del sector ponen a disposición de los turistas una amplia variedad de posibilidades basándose en características como el poder adquisitivo, número de personas, la experiencia, entre otros. En otras palabras, el sector se ha adaptado tanto que se ha convertido en una actividad al alcance de todos. Se podrían destacar tres modalidades de chárter náutico en la isla de Ibiza:

- Servicio completo o total: en este se incluye toda la tripulación compuesta normalmente por un patrón, un marinero y un cocinero, además de todo el equipamiento necesario para vivir en la embarcación como la comida, las sábanas y toallas, etc.
- Bareboats: modalidad apta para aquellos turistas con experiencia y un título acreditativo para poder llevar la embarcación sin necesidad de una tripulación.
- Semi-Bareboats: se diferencia de la anterior porque incluye solo el patrón del barco.

También cabe diferenciar los tipos de embarcaciones más comunes para chárter náutico y sus características principales:

- Yate: embarcaciones de recreo a motor que superan los 12 metros de eslora con camarotes y altas prestaciones. Algunos de los astilleros más famosos son Astondoa, Vanquish y Mangusta.
- Catamarán: embarcación con dos cascos paralelos que puede ser a vela o motor con al menos un camarote y un amplio espacio en cubierta. Los nombres más conocidos para chárter náutico son los Lagoon.
- Veleros: barco tradicional de vela con un solo casco y de mínimo 7 metros de eslora. Es una embarcación menos estable que el resto debido a la dependencia del viento para desplazarse. Los barcos más distinguidos son Jeanneau Odyssey y Beneteau oceanis.
- Motoras: barcos monocasco más pequeños que los yates, que cuentan como mínimo con un motor. Existen un gran número de modelos como, por ejemplo, Monterey, Sea Ray o Bavaria.
- Neumáticas: embarcaciones semirrígidas hechas de caucho lleno de aire a presión y una quilla rígida que cuentan con uno o más motores. Existen numerosos modelos entre los que destacan Capelli Tempest, Selva, Sacs y Pirelli.
- Goletas: barcos clásicos de vela también llamadas buques de gran eslora. No son embarcaciones muy demandadas por su lentitud y su equipamiento antiguo. Algunos de los más conocidos son Queen of Karia y Why Not.

Por otro lado, podemos enumerar varias ventajas que aporta este sector. Una primera ventaja es la flexibilidad que aporta al turista a la hora de tomar decisiones como la duración del viaje o las rutas e itinerarios que seguirán. Al mismo tiempo, las agencias de chárter ofrecen una gran variedad de embarcaciones que los turistas pueden comparar para elegir el que mejor se adapte a sus necesidades y preferencias. Por ejemplo, la elección del turista dependerá de los metros de eslora, de la capacidad, del número de camarotes, etc. Hay que considerar que los barcos más pequeños como motoras o neumáticas, se suelen alquilar en días sueltos, mientras que otros tipos de embarcaciones más grandes como catamaranes o yates se suelen alquilar por semanas. Otra ventaja, es la posibilidad de disfrutar de actividades náuticas deportivas a bordo de la embarcación como surf, kayak o esquí acuático.

En cuanto a los precios, existe un cierto nivel de homogeneidad con respecto a los diferentes tipos de embarcaciones. Por ejemplo, los yates que sean de menos de 15 metros estarán todos entorno a los 2000 o 3000 euros al día sin impuestos. Otro ejemplo sería el alquiler de catamaranes que está entre los 5500 y los 7000 euros por semana sin IVA en temporada alta. Hay que señalar que a los precios mencionados se le deben añadir variables como 21% de IVA, el combustible, el amarre, la tripulación y su manutención, y otros extras.

4.2.2 Perfil de los turistas del sector náutico-deportivo en Ibiza

Según los datos publicados en Turismo de las Islas Baleares y, información recopilada a través de varias empresas de chárter de Ibiza, el perfil medio de turista interesado en esta actividad es de personas entre 30 y 60 años, mayoritariamente hombres, con un nivel económico medio-alto. Además, la mayoría de los turistas son españoles, italianos, ingleses o argentinos con alto conocimiento sobre el sector y que suelen organizar su viaje con más de tres meses de antelación.

Asimismo, hay que destacar un grupo de clientes emergente formado por los residentes de la isla que constituyen aproximadamente un 3% del total de clientes y va aumentando cada año.

4.2.2.1 Principales factores que afectan al comportamiento del consumidor

Existe un alto nivel de exigencia por parte de los turistas interesados en el sector, en otras palabras, nos encontramos delante de un segmento de clientes que buscan total transparencia, aunque eso implique un mayor precio.

Según Kotler, los factores que influyen en el comportamiento de estos clientes potenciales se dividen en cuatro grupos: cultural, social, personal y psicológico.

Por otro lado, en este sector la mayoría de los clientes realizan su elección a través de internet. Esto supone tener en cuenta varios factores que afectan a la toma de decisiones por parte de los consumidores como, por ejemplo, la desconfianza por miedo a engaños o la imposibilidad de comprobar la embarcación antes de la reserva. Aunque también influyen factores positivos como la posibilidad de comparar productos y, la rapidez y ahorro de tiempo.

Algunos de los factores específicos que influyen en el comportamiento de los turistas que eligen el turismo náutico en Ibiza son:

- Las expectativas de los clientes: dependerá del tipo de cliente, por ejemplo, las familias con niños pequeños suelen alquilar catamaranes mientras que un grupo de amigos estará más interesado en una embarcación más rápida como una motora o un yate.
- Precio medio del alquiler: depende del tipo de barco, así como del periodo del año. En julio y agosto los precios son más altos que el resto de los meses. Por otro lado, el precio medio de alquilar, por ejemplo, un velero, es de aproximadamente 3.000-6.000 euros la semana sin IVA incluido.
- Estado de la embarcación: el cliente se espera que la embarcación se encuentre en perfectas condiciones, además de ser seguro y cómodo para todos los pasajeros. Por ejemplo, los chalecos salvavidas, un botiquín o bengalas son un requisito obligatorio en el chárter náutico.
- Lugar del embarque: el cliente busca una embarcación en el puerto más cercano o accesible. Por ejemplo, un turista preferirá el puerto de Marina Ibiza antes que el puerto de San Antonio dependiendo de donde se alojen.

- Horarios check-in y check-out: dependiendo del barco, los embarques tendrán lugar a una hora y día específicos, aunque las empresas intentan adaptarse lo máximo posible a las preferencias de los clientes. Por ejemplo, un chárter semanal tiene lugar de sábado a sábado y los chárter de día suelen salir a las diez de la mañana.
- Trato del personal: desde la ayuda en la elección de la embarcación, hasta el trato recibido por parte de la tripulación o servicios adicionales ofertados.
- Servicios adicionales: los clientes se sentirán más atraídos cuantos más servicios y equipamiento tenga la embarcación. Por ejemplo, las embarcaciones pueden tener equipo de música, Wi-Fi, TV, juegos acuáticos, entre otros.

4.3 La competencia a nivel internacional

Hasta hace unos años, el chárter náutico se consideraba una actividad reservada exclusivamente para los turistas con alto nivel económico. Pero esto ha cambiado totalmente a nivel mundial. Sin embargo, España ha sido de las últimas en conseguir acercar este sector a un público más amplio y de un nivel económico estándar a escala internacional.

Los principales competidores de nuestro país son Grecia, Francia, Italia, Turquía y Croacia. Cada uno de estos destinos ofrecen un gran volumen de embarcaciones y servicios, además de contar con características únicas para atraer a los turistas. En este caso se comentarán los destinos de Grecia, Francia e Italia que, bien por cercanía geográfica o por características similares, suponen la mayor competencia para España.

El principal destino náutico rival de España es Grecia, debido a su localización y a la calidad de sus aguas. Grecia es un país que cuenta con numerosas islas repletas de historia y significado cultural. Las principales son: Mykonos, Santorini, Rodas, Atenas, Creta, Naxos y Skiros. Uno de los lugares más visitados es la isla de Zakynthos, donde se encuentra un buque que naufragó cerca del año 1940 (*Ilustración 1*).

La característica principal que define y diferencia el sector náutico en Grecia es la obligación que tienen todas las embarcaciones dedicadas a este tipo de turismo de estar registradas y utilizar la bandera griega. Además, todos los barcos registrados deben ser reconocidos como embarcaciones profesionales por el Ministerio de Marina Mercante. Todo esto implica que cada barco supere un proceso de inspección para obtener la licencia de chárter, que debe repetirse cada 12 meses, bajo las normas internacionales de seguridad prescritas por el antes mencionado Ministerio de Marina Mercante.

Ilustración 1. Cala del Naufragio, isla de Zakynthos, Grecia.



Fuente: Google imágenes

Otro de los destinos turísticos más competitivos es Italia, que cuenta con más de 100 puertos deportivos, marinas y clubes náuticos distribuidos por toda la costa Mediterránea desde Génova hasta Sicilia. El chárter náutico en la costa italiana se divide entre las distintas regiones que llevan muchos años con esta tradición: Toscana, Sicilia, Nápoles, Venecia, Cerdeña, y el Lazio. Además, hay que destacar la zona adriática que conecta el norte de Italia con Croacia.

El Lazio se encuentra cerca de la capital italiana y eso ha ayudado a crear la imagen turística que tiene esta zona. Hay numerosos destinos para elegir entre los que destacan: Santa Marinella, los Lidos de Ostia y Latina, Ladispoli, Terracina, San Felice y las islas de Pontino.

La Toscana es uno de los lugares más conocidos y visitados de Italia. En la zona de costa se encuentran Versilia, Castiglione, Porto di San Stefano, Porto Ercole, Marinas de Massa, Carrara y Pietrasanta, entre otros. En esta región también se encuentran las islas de Elba, Giglio y Capraia que tienen un importante peso en el sector náutico por el clima que ofrecen.

Sin embargo, el destino más tradicional del país en el chárter náutico es Sicilia que cuenta con ciudades como Palermo, Catania, Agrigento, Cefalú, Siracusa, Taormina, Noto, Ragusa, Trapani, Monreale, Acireale... (*Ilustración 2*). Además, también tienen especial relevancia unas islas pequeñas que rodean la región siciliana: las islas Eolias, Edgadas, Panteleria, Urstica y Pelagias. El sur de Italia siempre ha sido la zona más famosa por sus monumentos, su cultura e historia, pero, además, es la región italiana más importante de chárter náutico por factores como el agua, el clima, la posición y el alto número de turistas que demandan este tipo de actividad.

Ilustración 2. Mapa Sicilia, Italia



Fuente: Google imágenes

Por último, encontramos la República francesa donde podemos distinguir tres regiones: la costa Azul, Córcega y Languedoc-Rosellón. Francia es el país que, en parte y a diferencia del resto, beneficia el sector náutico en las Islas Baleares debido a la conexión que ofrecen sus costas. Es decir, los itinerarios de navegación que se suelen realizar pasan por Saint Tropez, Cannes, Italia y las Islas Baleares.

La región más importante de Francia es la Costa Azul, aunque esta zona cuenta con un problema: la demanda supera la oferta. El turismo náutico en la Costa Azul incrementa año tras año, pero estos últimos años la oferta de embarcaciones no ha podido hacer frente a la cantidad de turistas que buscan disfrutar de sus vacaciones en esta zona de la costa francesa y, eso ha provocado que los clientes empiecen a reservar sus embarcaciones con hasta seis meses de antelación. Los puertos más destacados son Marsella, Grimaud, Antibes, Niza, Fréjus y La Ciotat.

Por otro lado, las zonas de Languedoc-Roussillon y Córcega no está tan demandadas y además no cuenta con tantos puertos y marinas como la Costa Azul. Sin embargo, su característica principal son las playas inaccesibles por tierra y el entorno natural que ofrecen. Además, la cercanía de los puertos de Languedoc-Roussillon con la costa española y de Córcega con las islas de Elba, Capraia y Lavezzi son un itinerario muy demandando por los turistas.

En todos estos destinos, incluida España, la oferta de embarcaciones se divide entre las antes mencionadas: catamaranes, yates, veleros, goletas, motoras y neumáticas. Tanto en Grecia como en Italia el tipo de barco más demandado es el velero, mientras que en España el barco favorito de los turistas es de motor. Concretamente en las Islas Baleares, existe una larga tradición náutico-deportiva con eventos competitivos importantes como la Copa del Rey o el Trofeo Princesa Sofía.

4.4 Análisis del macroentorno

Las relaciones de intercambio entre empresas y clientes se llevan a cabo en un entorno con numerosos factores incontrolables y capaces de afectar a estas relaciones positiva o negativamente. Se han analizado los factores macroeconómicos considerados más relevantes en el sector náutico.

4.4.1 Entorno económico

A pesar de la reciente crisis española y de sus efectos negativos sobre la renta disponible y el consumo de las personas, el gasto vinculado al chárter náutico, especialmente en Ibiza, aumenta año tras año.

Aun así, el turismo activo en general se ha visto afectado por la crisis provocando un cambio de tipos de clientes y de precios ofertados. Por ejemplo, estos últimos años la demanda de grupos de empresas ha ido disminuyendo notablemente.

Por otra parte, estamos delante de un sector en fase de expansión y crecimiento, algo que beneficia la economía del país. En otras palabras, se trata de una actividad económica emergente que contribuye positivamente al desarrollo económico de España. Además, ayuda a combatir la recesión en la que se encuentra el turismo de masas.

Según la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA), el número aproximado actual de empresas de turismo activo en España es de 1.900 con un volumen de negocio de más de 150 millones de euros anuales y más 20.000 trabajadores.

4.4.2 Entorno demográfico-cultural

Dentro del sector del turismo activo, encontramos un segmento de clientes de entre 25 y 45 años con un fuerte interés por las actividades al aire libre y la aventura.

Aun así, como se ha mencionado anteriormente, el perfil de clientes más interesado en el chárter náutico son las personas a partir de 30 años, y es más común en familias que en grupos de jóvenes.

Las islas Baleares han sufrido cambios en cuanto al tipo de turismo y a la demanda de los consumidores. Cada vez son más los clientes interesados en actividades diferentes a las de sol y playa. Además, la oferta en las islas también ha cambiado, aprovechando la posibilidad de ofrecer todo tipo de actividades al aire libre debido a su posición geográfica y calidad del medio ambiente.

En este caso, también hay que tener en cuenta a los residentes. Concretamente en Ibiza, la imagen que tiene la isla con las discotecas atrae un tipo de turismo que impacta negativamente sobre la zona. Esto provoca una gran preocupación entre los residentes por varios factores: problemas de convivencia con los turistas, la falta de seguridad, el ruido excesivo, la falta de limpieza, la subida de los precios en temporada alta, entre otros. Todo esto afecta a la calidad de vida de la isla y de sus residentes, ya no solo por los problemas mencionados sino por la estacionalidad de este sector.

4.4.3 Entorno normativo

En este caso, hay que tener en cuenta acontecimientos que pueden provocar miedo o inseguridad como lo ocurrido en Barcelona o la inestabilidad política. Todo esto provoca incertidumbre entre los turistas haciendo que el país sea menos atractivo que otros destinos turísticos.

Por otro lado, las autoridades están cada vez más concienciadas en la importancia de fomentar el turismo activo, ya que cada vez son más los turistas interesados en realizar dichas actividades y cada vez se crean más empresas dedicadas a ofrecer este tipo de turismo. Todo esto, ha creado una necesidad de regular el sector y establecer una serie de normas para las diversas actividades que encontramos dentro de este. Aunque, en el caso del chárter náutico es un sector inseguro.

El chárter náutico en España se rige bajo la Orden 25.917, del 4 de diciembre de 1985, la legislación vigente que regula el alquiler de embarcaciones. Según la legislación española, las embarcaciones se dividen en ocho listas, entre las cuales está la Lista 6ª dedicada a las embarcaciones de chárter o de recreo con fines lucrativos. Esta lista conlleva una serie de obligaciones, como, por ejemplo, la obligación de declarar y tributar como empresa de chárter.

Sin embargo, uno de los mayores problemas que afronta este sector, sobre todo en Ibiza, es la oferta de chárter pirata. En otras palabras, embarcaciones que no tienen los papeles necesarios para considerarse barcos de alquiler. Aunque, hay que decir que cada verano se implementan más normas y más seguridad en los puertos y marinas para evitar este tipo de actividad ilegal a pesar de ser difíciles de identificar.

Otro problema que afecta a las empresas de chárter náutico es la tributación al 21% de IVA afectando así a los precios ofrecidos a los clientes que suelen ser más altos de los que ofrecen otros destinos competidores.

4.4.4 Entorno tecnológico

La tecnología y la innovación evolucionan de manera rápida y constante. De hecho, países como Francia son líderes en cuanto a nuevas tecnologías en el sector náutico. Además, hay que tener en cuenta la rapidez en la que oferta y demanda se desplazan debido a internet y los social media. Este factor es muy relevante, especialmente en el sector turístico, puesto que ayuda a establecer contacto con los clientes y, concretamente, podría ayudar el turismo activo a combatir la estacionalidad y expandirse.

El uso de las redes sociales hoy en día es esencial, también llamadas la web 2.0. Estas páginas o plataformas son otro elemento que diferencia este segmento de edad, ya que los clientes están habituados al uso de internet, donde se informan de todas las novedades y promociones especiales a través de redes como Facebook, Instagram, Twitter o Youtube. De este boca a boca en internet han surgido figuras como los llamados youtubers o influenciara, personajes famosos que, a través de las plataformas sociales, aportan información sobre productos y servicios. Las empresas utilizan estas figuras para promocionar sus productos, además de incrementar su audiencia. Y, por otro lado, los clientes utilizan estos medios para contrastar información y opiniones.

4.4.5 Entorno natural

Es un factor muy determinante puesto que el sector del que hablamos trata de un tipo de turismo que está en contacto con el medioambiente. Por tanto, la conservación del entorno, en este caso el mar que rodea las islas de Ibiza y Formentera es uno de los factores más influyentes. Las Islas Baleares son uno de los mejores destinos por la calidad del agua y las playas.

En cuanto a la conservación de los espacios naturales, las Islas Baleares protegen una planta submarina endémica conocida como Posidonia oceánica mediante el *Decreto 25/2018 de 27 de julio, sobre la conservación de la Posidonia oceánica en las Islas Baleares* publicado en Butlletí Oficial de les Illes Balears (BOIB). La UNESCO declaró las praderas de Posidonia Patrimonio de la Humanidad ya que, son gran importancia para la conservación y protección del mar Mediterráneo y de sus costas. Esta planta proporciona numerosos beneficios debido a su capacidad de modificar las condiciones ambientales del mar, entre otras cosas, purifica el agua, genera oxígeno y reduce la erosión que se ocasiona en las playas.

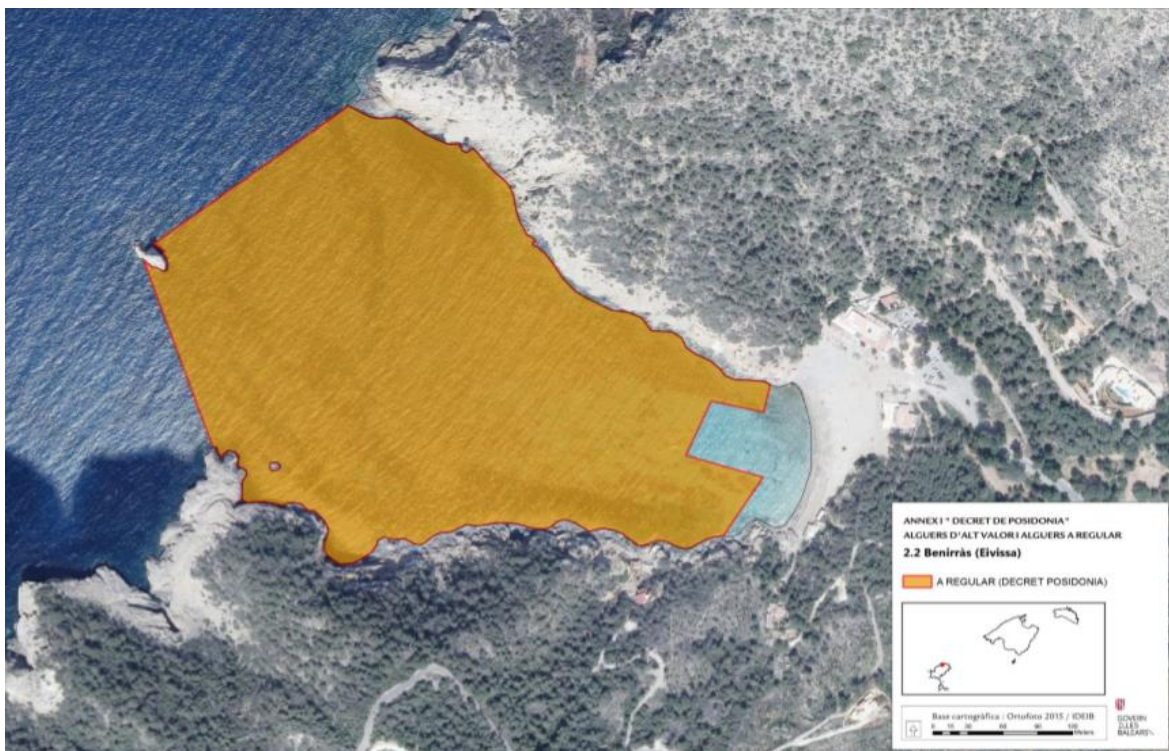
En el decreto se encuentra la regulación sobre las zonas de las islas donde está prohibido fondear y en las que está regulada la entrada. Las zonas protegidas en Ibiza son Porroig, Talamanca, Benirrás, Cala Bassa, Cala d'Hort, Cala Salada, Cala Vedella, Es Xarco, Portinatx, Ses Salines y La Xanga.

Il·lustració 3. Regulació de la Posidonia en Talamanca (Ibiza)



Fuente: Decreto sobre la conservación la Posidonia oceánica (BOIB)

Il·lustració 4. Regulació de la Posidonia en Benirrás (Ibiza)



Fuente: Decreto sobre la conservación la Posidonia oceánica (BOIB)

4.5 Análisis DAFO

Antes de realizar un esquema de posibles acciones estratégicas, hay que realizar un análisis DAFO, una técnica útil para entender la situación actual del turismo náutico en Ibiza a través del análisis del entorno realizado en el apartado anterior.

4.5.1 Debilidades

Las principales debilidades que sufre este sector en Ibiza son el precio y la estacionalidad. Hasta hace unos años, alquilar una embarcación era solo para aquellos turistas más adinerados y se consideraba un privilegio. Esta mentalidad está cambiando poco a poco tanto por parte de los turistas como de las empresas, que ofrecen barcos para todo tipo de clientes.

Sin embargo, la estacionalidad es algo más difícil de combatir puesto que, estamos frente a un producto altamente demandado exclusivamente en los meses de verano. Además, es difícil diferenciar los servicios que ofrecen las empresas.

La imagen que tienen los turistas de Ibiza es principalmente fiesta, sol y playa, y esto crea una gran dificultad a la hora de buscar turistas interesados en un tipo de turismo más tranquilo.

El turismo náutico tributa al 21% de IVA y el coste de los amarres y mantenimiento de las embarcaciones también son elevados provocando el encarecimiento de los precios y perjudicando la posición competitiva de la isla.

Por otra parte, la regulación jurídica deja algunos vacíos sobre ciertas materias y también existen diferentes jurisdicciones a nivel estatal y autonómico que se superponen. También surgen problemas a la hora de encontrar personal cualificado que desee quedarse todo el año.

4.5.2 Amenazas

La presencia de oferta pirata es una gran amenaza que afecta a las empresas del sector ya que, aparte de ser ilegal y poco controlable, ofrecen embarcaciones a precios más baratos y las empresas se ven a obligadas a luchar por los precios para mantener los clientes. En esto también influye que no haya una legislación clara para todos los aspectos del chárter náutico.

Otra amenaza es la bajada de la renta de las personas causada por la crisis y que, por tanto, implica una reducción del gasto en los hogares.

En cuanto al entorno natural, no se puede controlar si habrá presencia de medusas o de mala climatología, y esto provocaría que los turistas quieran anular

sus reservas y que las empresas sufran pérdidas importantes. Además, el fomento del turismo activo en la isla de Ibiza podría atraer a los turistas hacia otro tipo de actividades como el senderismo.

Por otra parte, viajar a Ibiza, además de la estancia, no es precisamente barato debido a la insularidad, algo que afecta a la decisión de los turistas frente a otros destinos consolidados y más accesibles. Además, existe la presencia de nuevos destinos emergentes y más accesibles que las Islas Baleares.

Finalmente, hay un aumento constante de empresas dedicadas a esta actividad, así como la existencia de competidores que ya cuentan con una cartera de clientes bien consolidada.

4.5.3 Fortalezas

Una de las principales fortalezas del turismo náutico en Ibiza es la ubicación o posición geográfica y los recursos patrimoniales y culturales, ya que la isla está rodeada de aguas cristalinas, de un clima estable durante todo el año y de múltiples zonas donde navegar que resultan muy atractivas para los turistas.

Además, es un destino consolidado y estable, puesto que cuenta con numerosos puertos y marinas bien abastecidos y seguros. También cuenta con numerosas empresas localizadas físicamente en la isla y dedicadas exclusivamente al mercado local.

También la realización de eventos náuticos como la Copa del Rey con la presencia de figuras destacadas como el Rey de España atraen la atención y benefician el sector náutico.

Ibiza es uno de los destinos más turísticos españoles y su presencia e importancia en las redes e internet ayuda a las empresas a llegar a más clientes potenciales mediante anuncios y publicidad a través de estos medios.

4.5.4 Oportunidades

Existe un interés creciente por parte de los turistas por el deporte y el medio ambiente, además de la cantidad de clientes que suelen repetir la experiencia año tras año. También están apareciendo nuevos segmentos de clientes y diferentes perfiles de turistas como, por ejemplo, el porcentaje creciente de residentes interesados en esta actividad.

Por otra parte, las oportunidades del sector en la isla están enfocadas al tipo de cliente. Por ejemplo, cada vez son más las familias que deciden pasar una semana en catamarán antes que en un hotel. Además, la mayoría de los clientes suelen necesitar un patrón durante sus vacaciones.

Las Islas Baleares poseen unas características y un entorno ideales para realizar actividades al aire libre, y con el fomento del turismo activo se puede llegar a una gran cantidad de turistas. Además, se pueden adaptar las nuevas tecnologías y el uso de numerosas herramientas para alcanzar más clientes como, por ejemplo, mail marketing, campañas de publicidad online, webs, aplicaciones para móviles, redes sociales, entre otros.

Tabla 4. Matriz DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para encontrar personas cualificadas para el puesto de trabajo • Altos precios que perjudican la competitividad • Elevado coste de mantenimiento de las embarcaciones • Estacionalidad e insularidad • Falta de regulación jurídica clara 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de recursos culturales y patrimoniales • Buena localización o posición geográfica • Climatología favorable la mayor parte del año • Imagen consolidada como destino turístico • Presencia de empresas locales • Presencia de eventos náuticos importantes
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de oferta pirata difícil de encontrar • Mala climatología o presencia de medusas • Existencia de otras actividades como el senderismo • Presencia de destinos más accesibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente interés por el medio ambiente • Presencia de clientes repetidores en la isla • Posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías y herramientas para aumentar la visibilidad • Presencia de posibles nuevos segmentos

Fuente: Elaboración propia

4.6 Definición de estrategias

Una vez llevado a cabo el análisis DAFO del chárter náutico en Ibiza, podemos establecer una serie de acciones estratégicas que podrían servir para mejorar el destino enfocado al chárter náutico. El objetivo principal es el de crear y consolidar una imagen de Ibiza como destino de turismo activo de calidad. Las acciones que se podrían realizar son:

- Inversión en publicidad y mejorar la visibilidad en las redes sociales e internet, especialmente en temporada media y baja: como hemos visto, la importancia de un buen posicionamiento de una empresa es vital para obtener mayor visibilidad, así como la promoción a nivel internacional. Todo esto se puede llevar a cabo a través de muchas acciones como las campañas de publicidad, mail marketing, campañas de Google AdWords, publicidad a través de personajes públicos, organizar eventos, participar en ferias, etc.
- Actividades náuticas fuera de la temporada alta. Una de las actividades que ofertan las empresas náuticas y que en menor medida está afectada por la estacionalidad es el alquiler de embarcaciones para la pesca y la realización de actividades subacuáticas. Aunque, de momento, esta actividad está solamente demandada por los residentes de la isla. También se podrían promocionar paquetes turísticos o ofertas especiales para grupos en temporada baja.
- Mejorar la formación de las empresas: además del fomento del turismo náutico, también se podrían establecer cursos de formación sobre comercialización por internet o eventos informativos para ayudar a las empresas a mejorar su posicionamiento.
- Diferenciación de los servicios ofertados: las empresas deben ofrecer un trato personalizado con cada cliente. También deben mejorar la calidad del servicio e intentar fidelizar los clientes mediante acciones posventa como e-mails personalizados, ofertas especiales, descuentos, etc.
- Establecer una coordinación entre empresas de chárter náutico: para ello, sería necesario un organismo que consiga unir todas las empresas para trabajar juntos hacia una mejora del sector. Por ejemplo, se está intentando establecer una alianza con la cámara de comercio para establecer objetivos como luchar contra la oferta pirata.

5. Conclusiones

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado era el de analizar la situación del chárter náutico en Ibiza y plantear una serie de acciones que podrían ayudar para mejorar el sector.

El turismo náutico aún se encuentra en una etapa de expansión y el número de turistas que buscan este tipo de actividad aumenta año tras año. En Ibiza, la promoción debería de llevarse a cabo en países como Alemania, Estados Unidos, Inglaterra, Italia, y Francia donde se encuentran los potenciales clientes interesados en esta actividad náutica. Además, la promoción del sector debe llevarse a cabo con la intención de reducir la sobreexplotación del turismo de sol y playa.

Por otro lado, para atraer a los turistas, hay que ofrecerles más que simplemente el producto turístico en cuestión. Es decir, las empresas del sector no solo deben ofrecer el alquiler de embarcaciones, sino que también deben aportar una serie de condiciones y de servicios complementarios. En cuanto a la oferta complementaria, las empresas ya han empezado a ofrecer transporte, excursiones, juegos acuáticos, paquetes turísticos, entre otros.

Se pueden aprovechar todos los espacios naturales que la isla de Ibiza ofrece evitando así, la aglomeración turística en las mismas zonas. Sin embargo, la oferta debe respetar el medio natural y preservar los espacios naturales donde se realiza la actividad como, por ejemplo, el control y regulación de zonas de posidonia.

Otro factor importante a tener en cuenta para mejorar el chárter náutico en Ibiza es el social commerce o el intercambio de información a través de la red y las redes sociales. Actualmente, las empresas deben tener una buena reputación online para atraer más clientes mediante páginas web, publicidad en Google, presencia en redes sociales, entre otras cosas. También se deben analizar los distintos grupos de consumidores para facilitar el envío de información por segmentos de clientes.

En conclusión, considerando la actual imagen de Ibiza y el hecho de ser uno de los destinos españoles más caros, las empresas, organismos y administraciones deben promover esta actividad y ofrecer un servicio de alta calidad y mejor que la competencia directa del sector.

Bibliografía

- Andalucía Activa. Recuperado de <http://www.andalucia-activa.com/> (última consulta 15 agosto de 2018)
- Asociación de empresas de turismo activo de las Islas Baleares, IB Activa. Recuperado de <https://ibactiva.wordpress.com/> (última consulta 15 agosto de 2018)
- Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA). Recuperado de <http://www.aneta.es/legislacion-de-turismo-activo/> (última consulta 27 de agosto de 2018)
- Asociación Nacional de Empresas Náuticas. Recuperado de <http://www.anen.es/> (última consulta 28 agosto de 2018)
- BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears (2018). Caib.es. Recuperado de <http://www.caib.es/eboibfront/pdf/ca/2018/93/1014007> (última consulta 28 agosto de 2018)
- BOIB, butlletí oficial de les Illes Balears (2018). Caib.es. Recuperado de <http://www.caib.es/govern/rest/arxiu/2489537> (última consulta 28 agosto 2018)
- Copa del rey Mapfre. Recuperado de <http://www.regatacopadelrey.com/index/index.php> (última consulta 15 agosto de 2018)
- Google Académico. Recuperado de <https://scholar.google.es/>
- Greece Yacht Charter. Recuperado de <https://www.greece-yachtcharter.com/nautical.asp> (última consulta 28 agosto de 2018)
- Guía náutica de Grecia. Recuperado de <https://www.grecotour.com/guia-nautica-grecia-islas-griegas> (última consulta 28 agosto de 2018)
- Hosteltur. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/economia/actualidad-turistica> (última consulta 28 agosto de 2018)
- IBESTAT. Recuperado de https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774cd6c4363929a703aaa0cb9e0/ed5d4d88cb1746bdb7b029fbaa5dba19/es/l208002_n101.px (última consulta 15 agosto de 2018)
- Ibiza Central Charter, brókers de chárter náutico. Recuperado de <https://www.ibizacentralcharter.com/> (última consulta 27 agosto 2018)
- Informe competitividad por comunidades autónomas, Exceltur. Recuperado de <https://www.exceltur.org/ranking-de-competitividad-turistica-por-c-c-a-a-monitor/> (última consulta 15 agosto de 2018)

- Informe turismo activo en España (2014). Aneta.es. Recuperado de <http://www.aneta.es/informe-turismo-activo2014/> (última consulta 15 agosto de 2018)
- Portal oficial de turismo de Grecia. Recuperado de <http://www.visitgreece.gr/> (última consulta 28 agosto de 2018)
- Portal oficial de turismo de las Islas Baleares Recuperado de <https://www.illesbalears.travel/es/baleares/deportesyturismoactivo/turismoactivo> (última consulta 15 agosto 2018)
- Portal náutico Francia Recuperado de <http://www.france-nautic.com/> (última consulta 28 agosto de 2018)
- Turismo en España. Recuperado de <https://www.tourspain.es/es-es> (última consulta 27 agosto de 2018)
- Turismo náutico en Italia. Recuperado de <http://www.italia.it/es/home.html> (última consulta 28 agosto de 2018)