



**Cambra de Comerç
Mallorca**

TURISMO DE CHÁRTER NÁUTICO EN BALEARES

27 de abril de 2009

Dirección:



Elaboración:



Colaboración:





Dirección:

Cambrà de Comerç
Mallorca

Catalina Barceló, Directora Servicio de Estudios y Publicaciones Cámara de Comercio de Mallorca

Gabriel García del Moral, Secretario Comisión Transportes Cámara de Comercio de Mallorca



Elaboración:

Universitat de les
Illes Balears

Margalida Payeras (Coordinadora técnica), Dra. en Ciencias Económicas y Empresariales

Antonio Alcover, Dr. en Ciencias Económicas y Empresariales

Margarita Alemany, Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales

M^a Antonia García, Dra. en Ciencias Económicas y Empresariales

Marta Jacob, Dra. en Ciencias Económicas y Empresariales

Lorena Martínez, Licenciada en Ciencias del Mar



Colaboración:

Cristina Sastre, Presidenta FENAN

```
graph TD; A(1.- DEMANDA) --- B(2.- OFERTA); A --- C[3.- IMPACTO ECONÓMICO]; B --- C; C --- D[4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA AFRONTAR EL FUTURO];
```

1.- DEMANDA

2.- OFERTA

3.- IMPACTO ECONÓMICO

**4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS
PARA AFRONTAR EL FUTURO**

Metodología:

- Encuestas a una muestra representativa de turistas que practican chárter náutico en Baleares (Julio – Octubre 2008).
- Base de datos suministrada por FENAN.
- Encuestas a empresas de chárter náutico.
- “Focus group” con empresarios, expertos y representantes del sector.
- Bibliografía a nivel nacional e internacional.

1.- DEMANDA:

- Perfil del patrón/contratante
- Planificación del viaje
- Características del viaje
- Valoración de la experiencia
- Satisfacción / Fidelidad

2.- OFERTA

3.- IMPACTO ECONÓMICO

4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA AFRONTAR EL FUTURO

1. LA DEMANDA

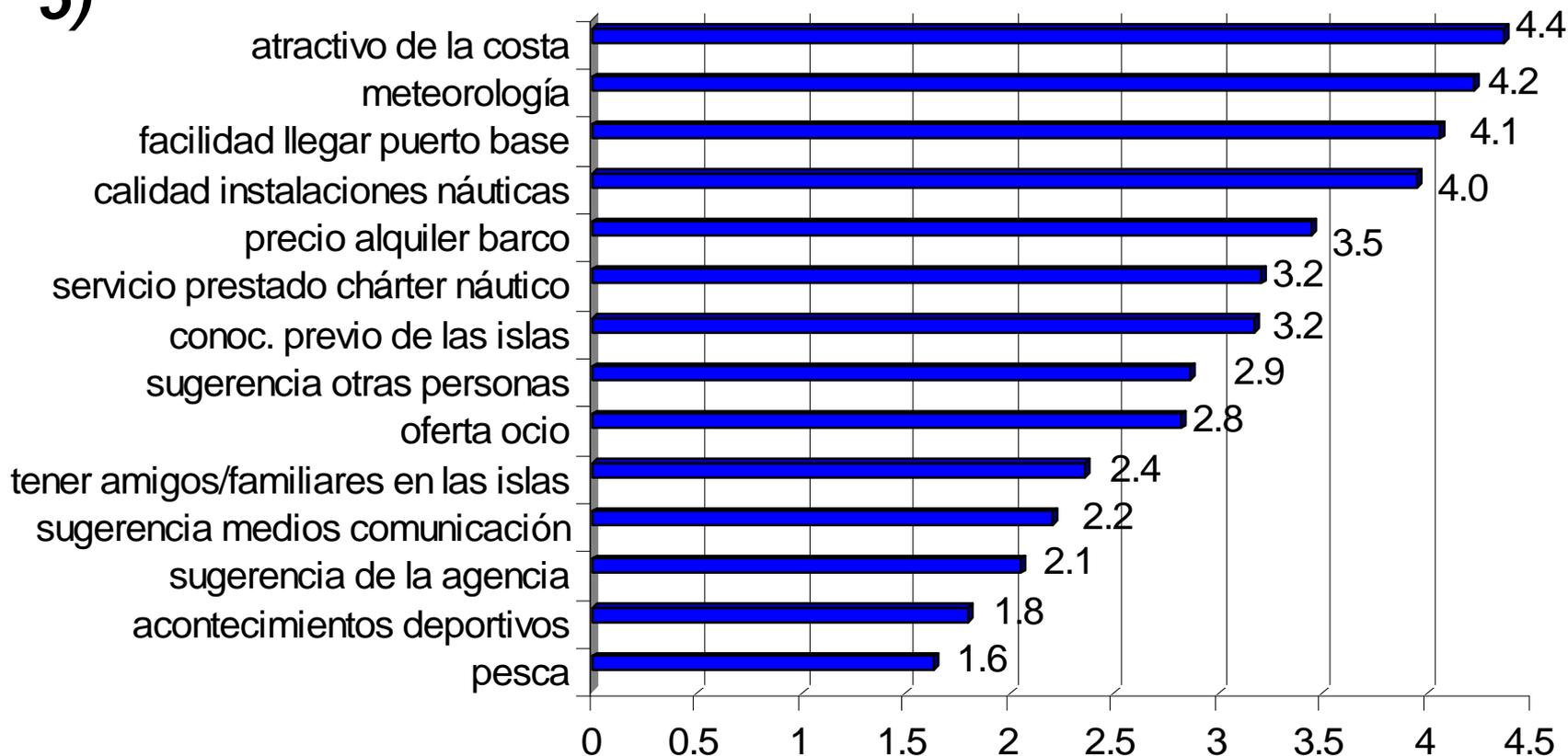
1.1 Perfil del patrón/contratante:

- Hombre, 31 – 55 años, mayoritariamente alemán, británico o español, trabaja por cuenta ajena, ocupa cargo dirección/gerencia o cargo intermedio, con nivel de estudios universitarios. No compete habitualmente en regatas.
- Nuevos mercados emergentes: Daneses, suizos, austríacos (no residentes) / Argentinos (residentes).

1.2 Planificación del viaje:

- Internet: un medio de importancia como vehículo de comunicación. Un 37,3% de los turistas conoció y se informó sobre el servicio chárter a través de Internet, y 36% de las contrataciones se realizaron *on line*.
- El 30,4% de los turistas han conocido el chárter por medio de amigos

El atractivo de la costa, meteorología, facilidad de llegar al puerto base y calidad de las instalaciones náuticas: principales motivos para elegir Baleares (escala del 1 al 5)



Aspectos importantes para diseñar campañas de promoción turística

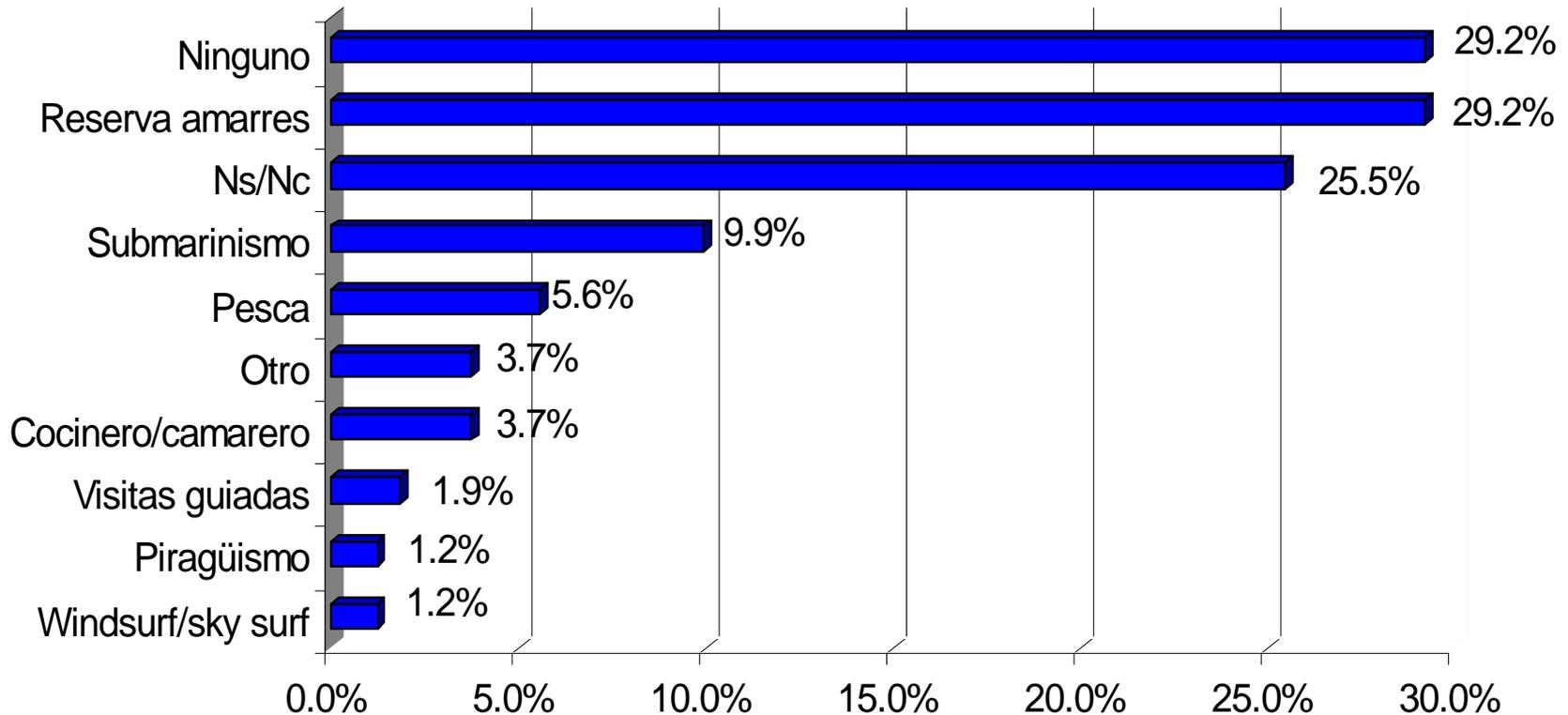
1.3 Características del viaje:

La **estancia media** del turista de chárter náutico es de 11,8 días, superior a los 9,9 días del turista tradicional.

- De éstos, 7,4 días son de navegación, distribuyéndose en:
 - Amarrados: 2,7
 - Fondeados: 3,2
 - En travesía: 1,5
- Se registra un incremento respecto a 2001 de 0,4 días en la media de días de navegación.

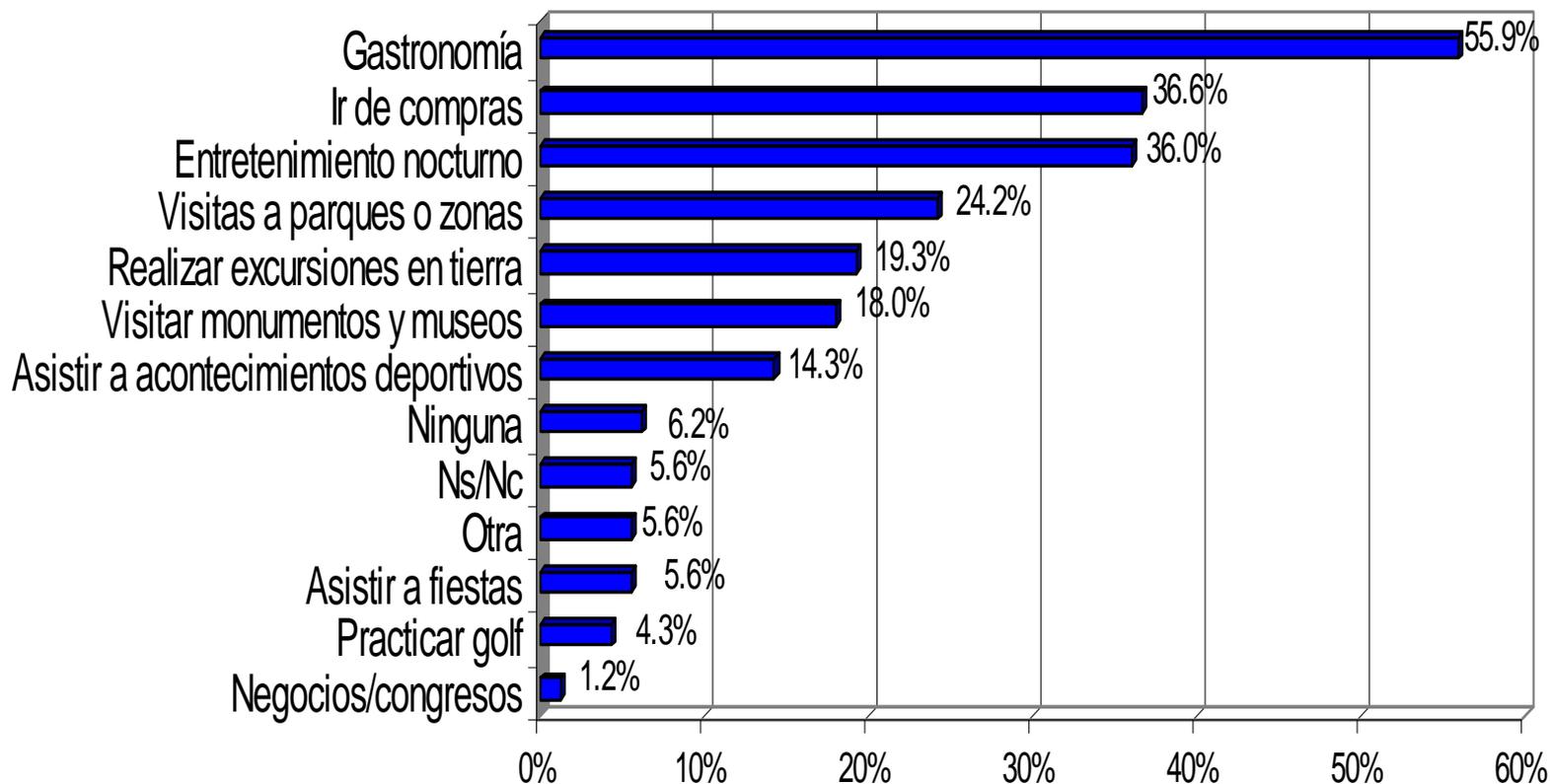
- **Las Embarcaciones elegidas:**
 - Casi dos terceras partes de los turistas chárter eligen el monocasco vela como embarcación, frente al motor y al catamarán.
 - La embarcación más demandada: **monocasco vela con eslora entre los 12 y 15 metros.**
 - La preferencia por una eslora u otra cambia según nacionalidad:
 - Los alemanes prefieren embarcaciones de más de 12 metros, mientras que los españoles optan por esloras inferiores.
- **La ocupación media por embarcación es de 6 ocupantes**
 - Este dato ha aumentado respecto al 2001.
- **Dos terceras partes de los turistas prefieren viajar con amigos**
 - Casi el 70% de los turistas alemanes prefiere viajar con amigos, mientras que para españoles e italianos esta cifra es inferior. Los británicos viajan mayoritariamente con la familia.

La reserva de amarres es el servicio más demandado por los navegantes



- Un 21% de los turistas contratan los servicios de un patrón, con mayor asiduidad en temporada alta.
- Los ingleses y alemanes son los que demandan más servicios adicionales; españoles e Italianos demandan pocos.

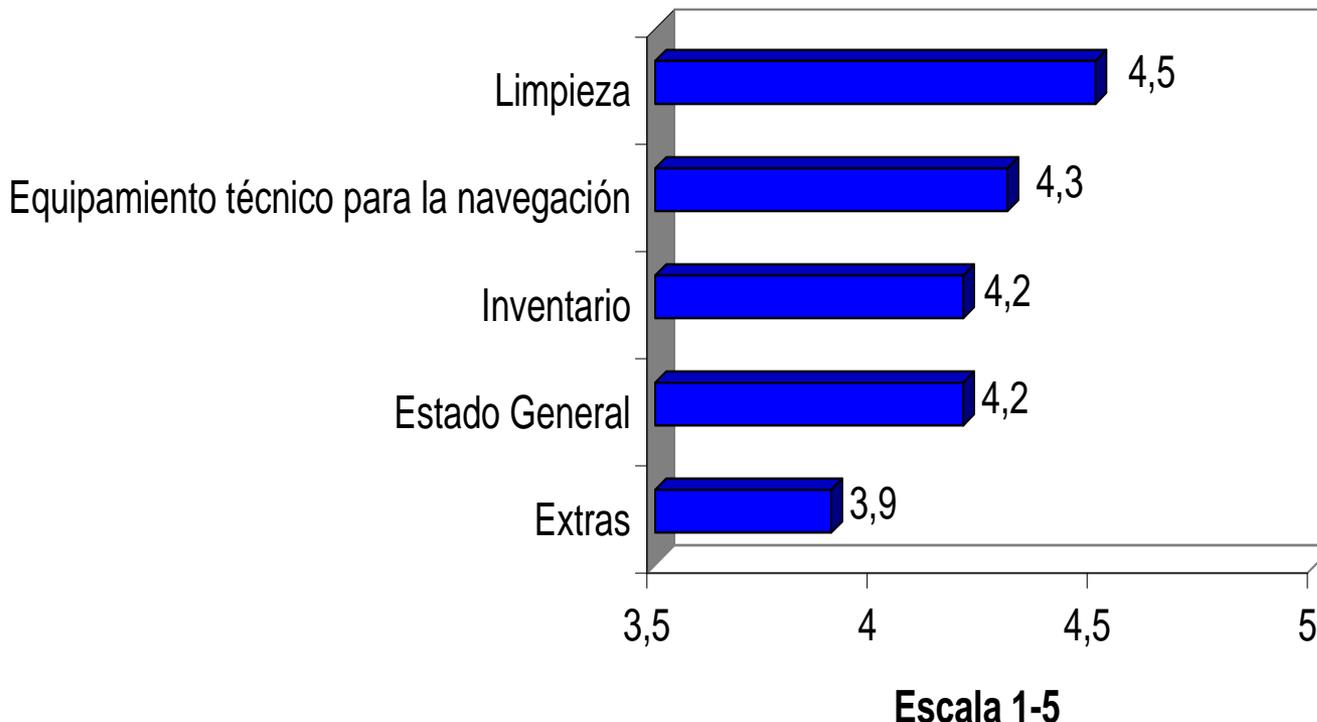
Los servicios turísticos complementarios relacionados con la restauración, alojamiento y ocio: los más demandados



- Un 60% manifiestan haber disfrutado de la gastronomía local.
- Ir de compras y el entretenimiento nocturno son otras actividades realizadas durante su estancia en Baleares.

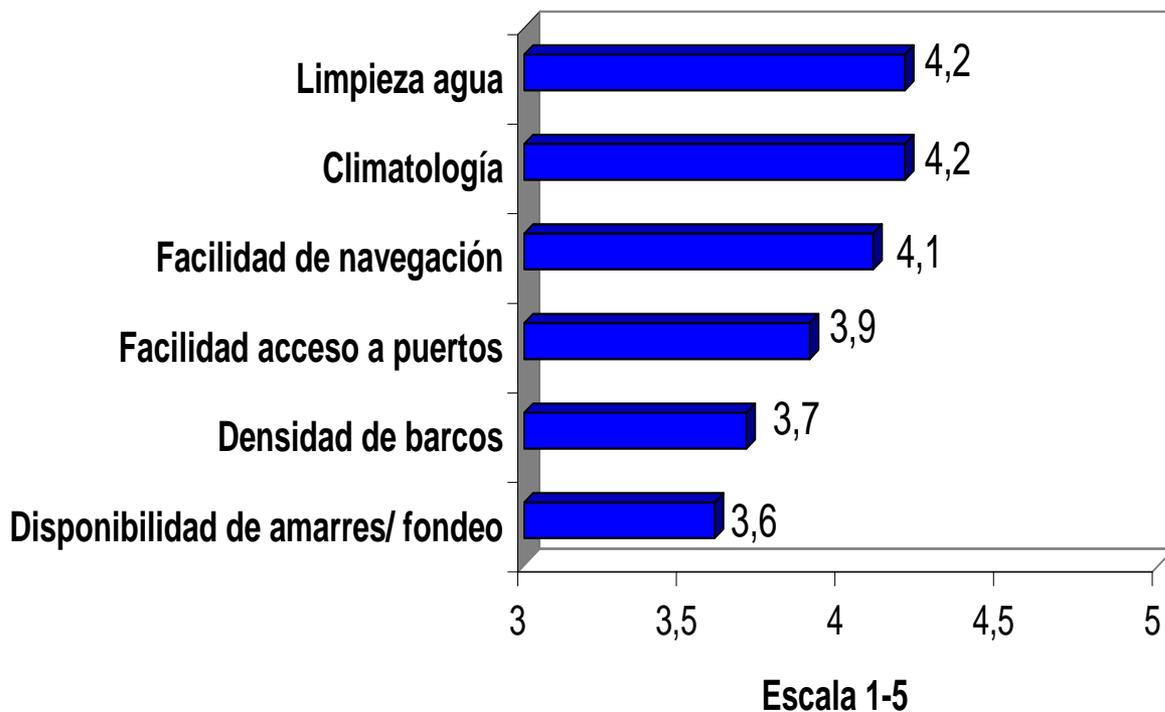
1.4 Valoración de la experiencia

- Todos los servicios ofertados por las empresas son **altamente valorados**, especialmente aquellos aspectos en los que hay relación directa entre empresa y cliente.
- Destacan el trato recibido en la bienvenida y la entrega de la embarcación tras la navegación.



- Respecto a la embarcación, valoran todos los aspectos **positivamente**, especialmente aquellos relativos a la limpieza.

- **Alto grado de satisfacción de aspectos vinculados al medio ambiente**



- Los aspectos vinculados al medioambiente están altamente valorados, principalmente:

- la limpieza de las aguas, la climatología y la facilidad para la navegación (ligado a la orografía de la costa balear).

- **Mientras, factores ligados a la infraestructura portuaria reciben valoraciones más bajas.**

- La disponibilidad de amarres obtiene la peor valoración, en la que coinciden ampliamente todas las nacionalidades.

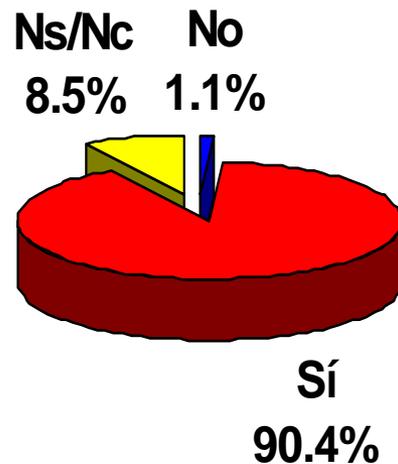
1. 5 Fidelidad / Satisfacción

- **Alto porcentaje de turistas de chárter náutico con experiencia:**
 - El 72,7% de los turista que visitan Baleares ya habían practicado chárter náutico.
 - Éstos se caracterizan por:
 - Contratar embarcaciones de mayor eslora
 - Preferir la temporada media, mientras que los noveles muestran clara preferencia por temporada alta
 - El elevado grado de repetición genera expectativas positivas sobre la demanda futura
- **Aumenta** el número de turistas de chárter náutico **noveles**, prueba del dinamismo y buena imagen de este producto turístico

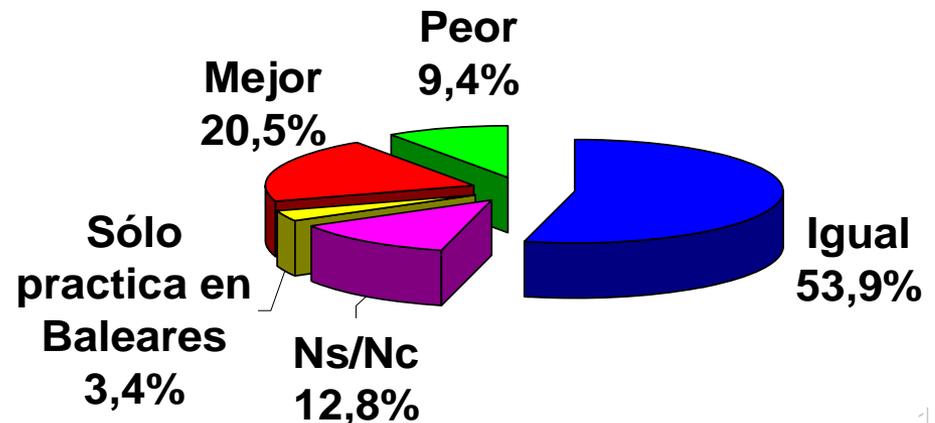
Baleares un destino turístico de chárter náutico altamente valorado

- Más del 80% de los turistas de chárter náutico manifiestan deseo de repetir la experiencia en Baleares.
- Un 90,4% lo recomendaría a sus amigos/familiares.
- Elevada valoración frente a otros destinos turísticos.

¿Recomendaría el chárter náutico en Baleares a sus amigos y familiares?

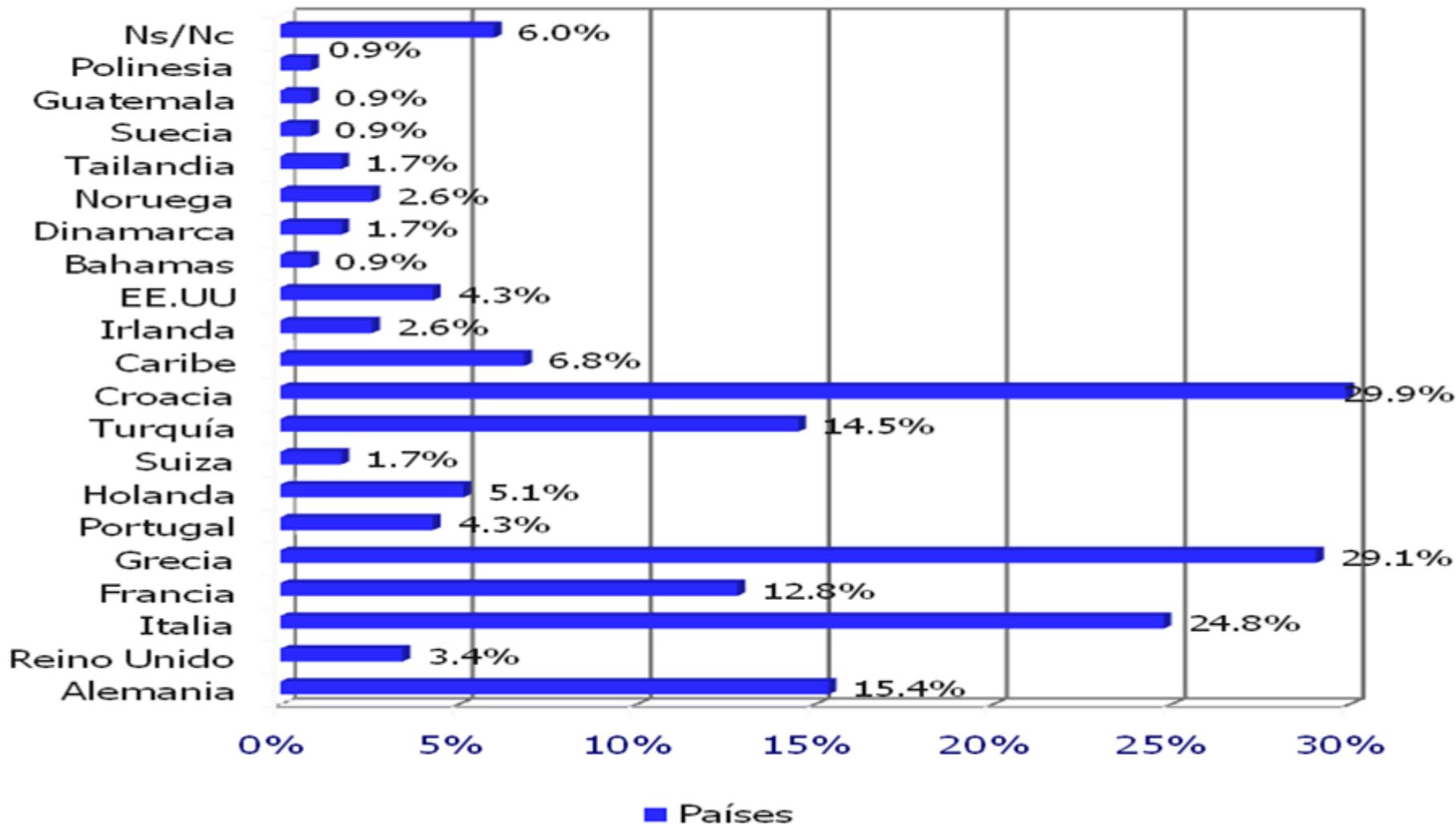


Comparación experiencia en Baleares con otros destinos turísticos (respecto a la navegación)



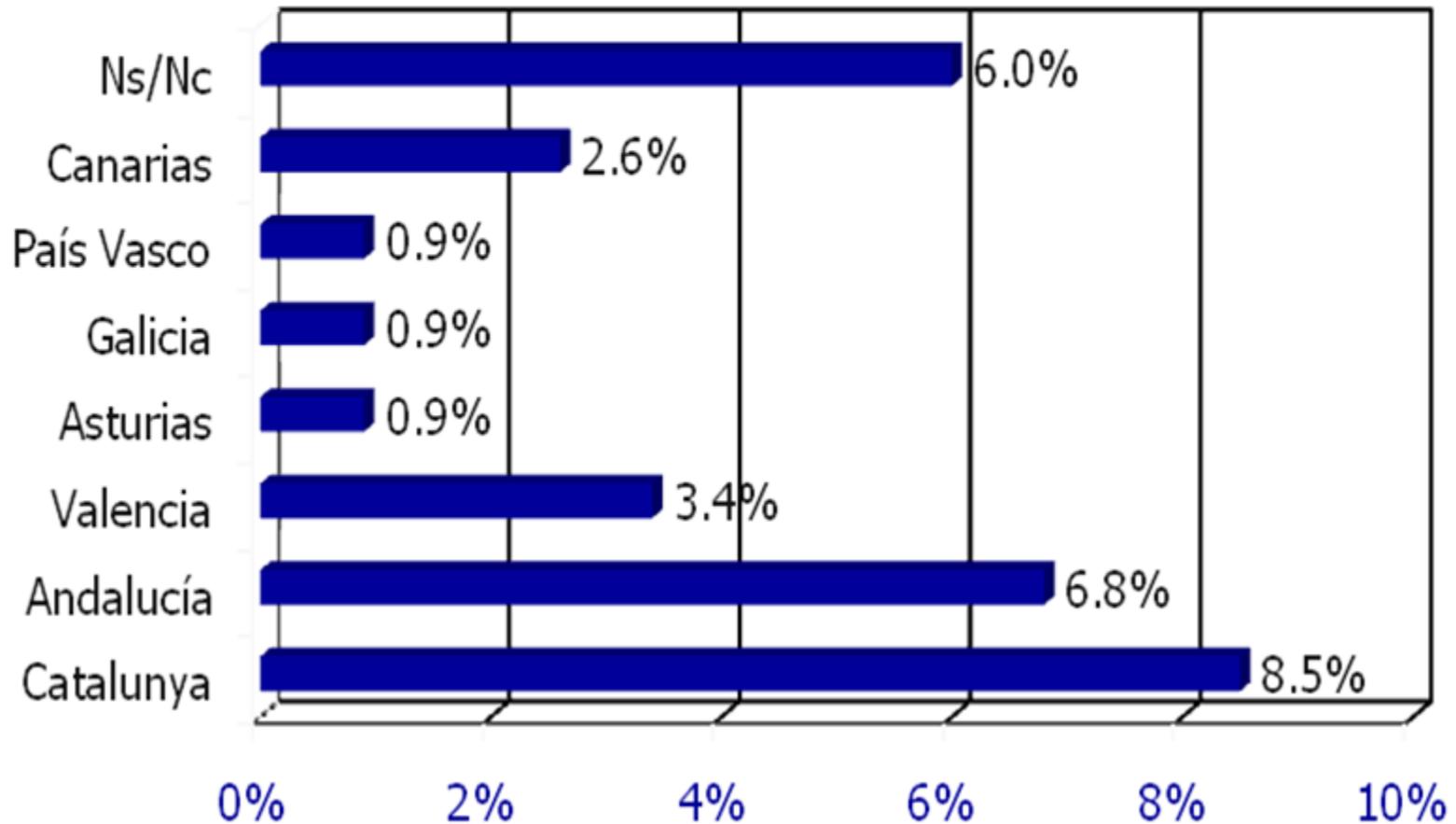
Principales destinos competidores internacionales

Práctica anterior de chárter en otros países 2008



Principales destinos competidores nacionales:

Práctica de chárter en otras CC.AA. 2008



1.- DEMANDA

2.- OFERTA:

- Las infraestructuras portuarias
- Las empresas y sus características
- La flota y sus rasgos

3.- IMPACTO ECONÓMICO

4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA AFRONTAR EL FUTURO

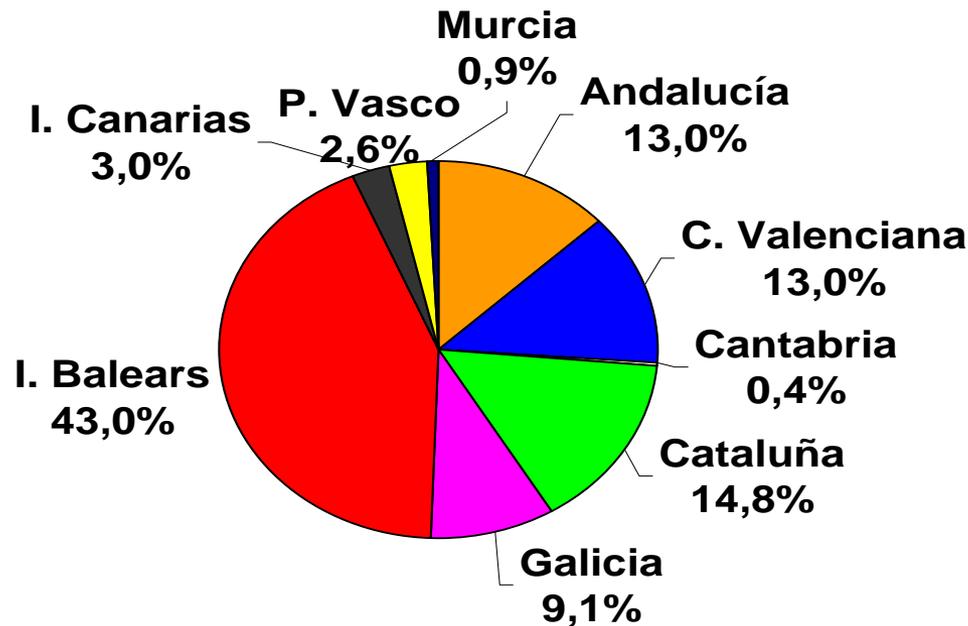
2.1 Infraestructuras portuarias



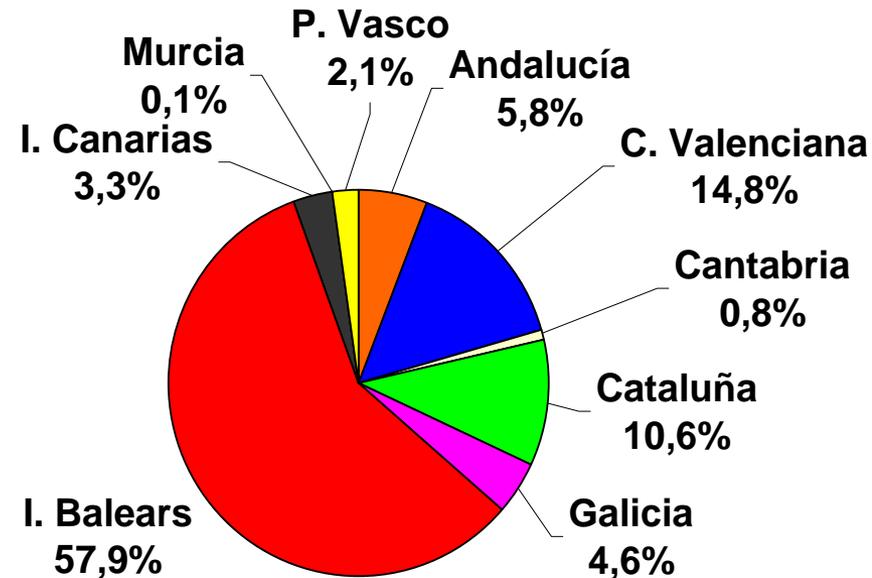
Baleares es líder en la oferta de chárter náutico.

- Existen 99 empresas (43% de las empresas de España)

Empresas por CCAA (%)



Embarcaciones por CCAA (%)



- La flota de 1440 barcos dedicada a la actividad concentra el 57,9% nacional
- El chárter náutico, un negocio **en expansión en Baleares:**
 - Crecimiento en el número de empresas del 32,9% en los últimos 4 años.

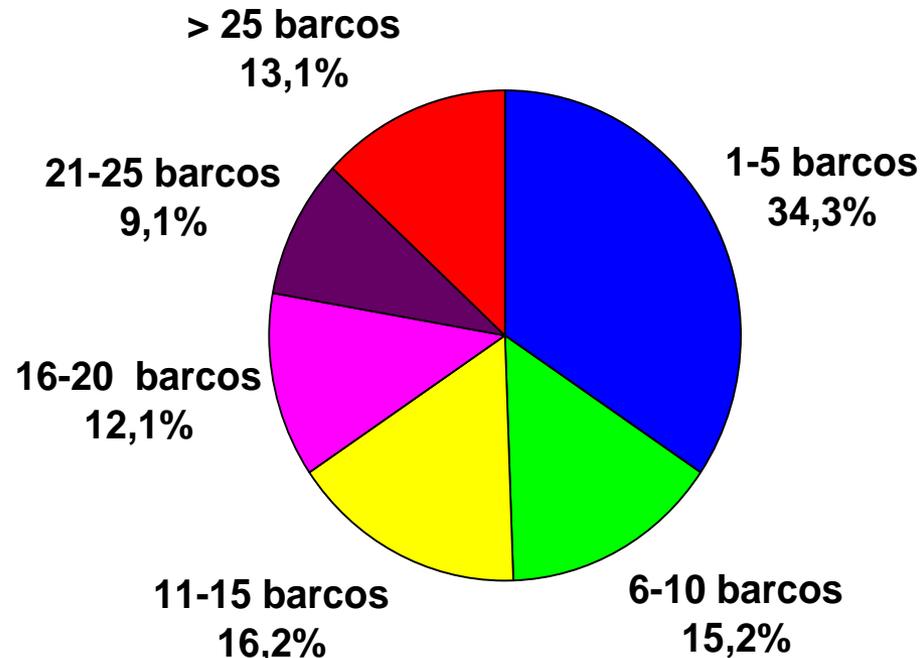
2.2 Características de las empresas

- **Empresas pequeñas:**

- **Empleados:** promedio de 7 empleados.
- **Facturación:** Un 30% de las empresas factura menos de medio millón de euros al año, en torno a un 20% factura entre medio millón y un millón, otro 20% entre 1 y 2 millones, y cerca de un 12% factura más de dos millones
- **Embarcaciones:** Media de 14,5 embarcaciones por empresa

- **Diferencias en el tamaño de las empresas por islas:**

- En **Menorca** un 49% tienen entre 1 y 5 embarcaciones. Ninguna tiene más de 20 barcos.
- En **Ibiza**, las empresas presentan una mayor dimensión, un 26% tienen más de 20 barcos.
- En **Mallorca**, 22% de las empresas con flota superior a 20 barcos.



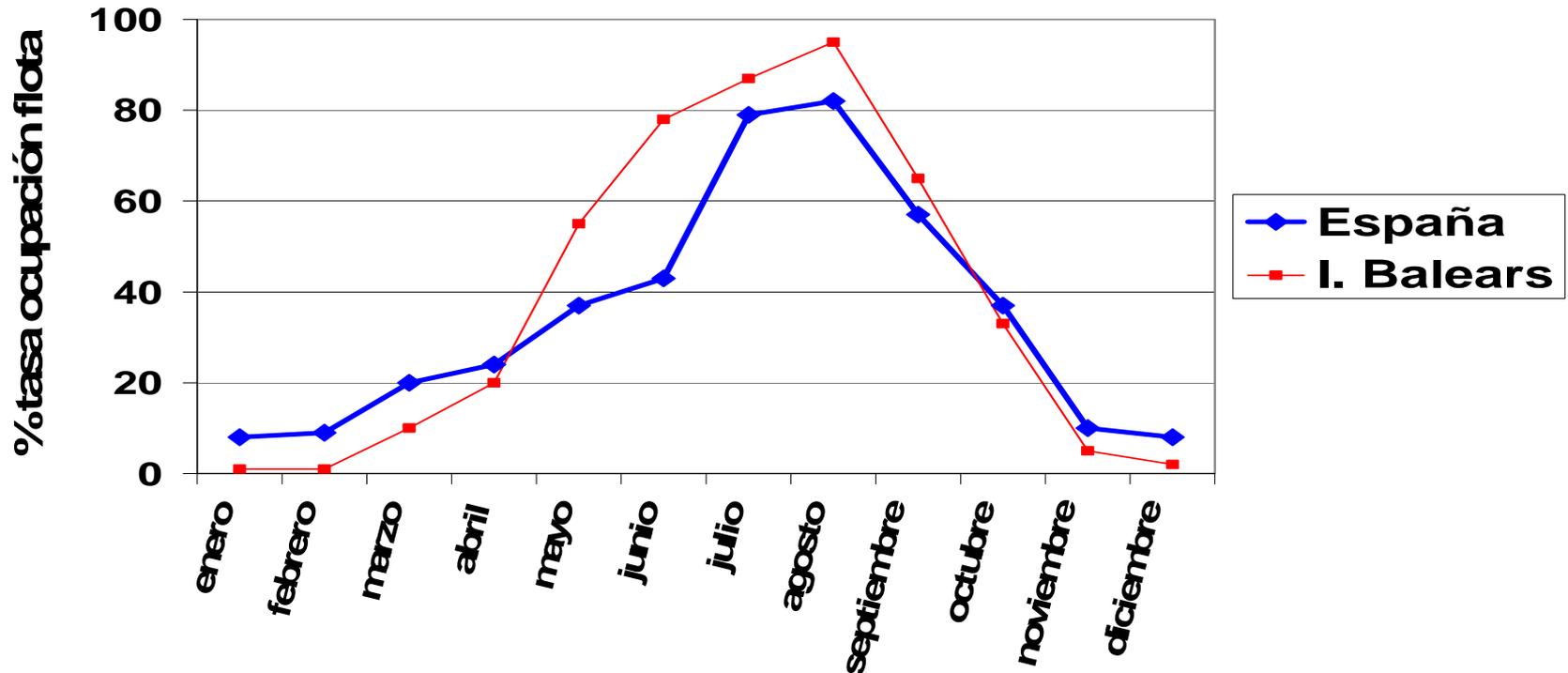
Empresas con alta experiencia y *know how*: Garantía para afrontar el futuro

- Empresas de chárter náutico con una **antigüedad media alta, de casi 12 años** (segunda o tercera generación) y que ofrecen otros servicios:
 - compraventa de embarcaciones (más del 50%)
 - mantenimiento de embarcaciones (cerca del 30%).
- Bajo porcentaje de **asociacionismo**: un 70,2% de las empresas no están asociadas.
- Menos del 20% de las empresas manifiesta tener un sistema de **calidad** normalizados (preferentemente ISO 9001 o EFQM)
- Disponen de un sistema de **reservas on line** propio o subcontratado (49% de reservas)

Ubicación empresas: Alta concentración



Una actividad altamente estacional



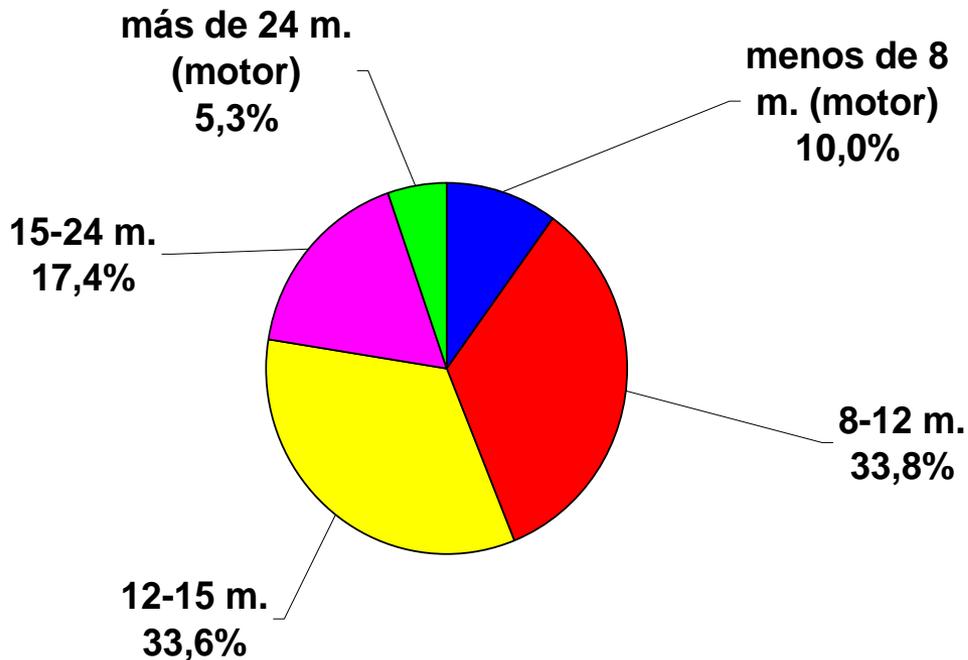
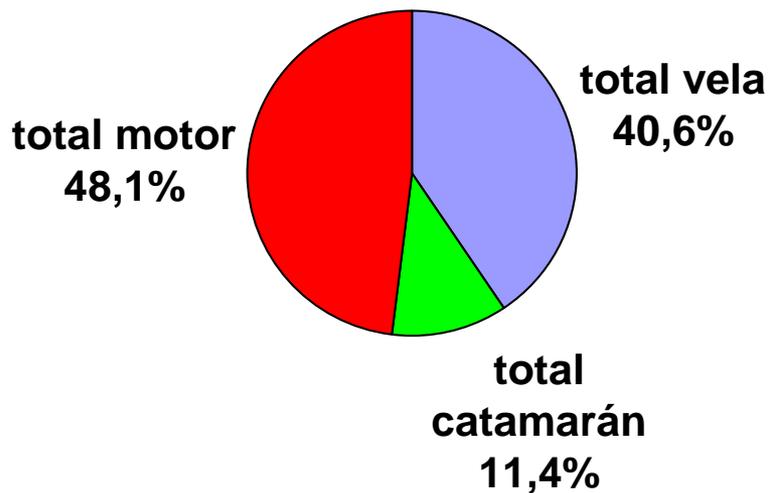
CONSECUENCIAS SOBRE EL MERCADO LABORAL:

- Un 80% de las empresas de chárter de Baleares están abiertas todo el año y el 20% cierra 2-3 meses
- **Importancia del contrato temporal**
- **Baja formación reglada**

En relación a la promoción:

- **Internet es el medio de comunicación por excelencia:**
 - Utilizado por un 94% de las empresas, completándolo con la edición de folletos promocionales y la contratación de espacios en revistas especializadas
- **Importante presencia en las ferias náuticas:**
 - Más de la mitad de las empresas consultadas declaran su convencimiento del valor estratégico
 - La feria náutica de Dusseldorf la mejor valorada
 - La feria de Barcelona la peor valorada (por motivos de calendario)
- **Los intermediarios (agencias de viaje, chárter y virtuales) valorados positivamente por el sector para desarrollar el proceso de comercialización del chárter náutico**

2.3-Características de la flota



- Las embarcaciones de vela (monocasco vela + catamarán): las más ofertadas

- En su mayoría son barcos de menos de 15 metros (90,4%).

- **Diferencias por Islas:**

- Ibiza y Formentera: alta proporción de los veleros de más de 15 metros

- Menorca: no existe ninguna embarcación de vela superior a los 15 metros

- Mallorca: mayor importancia de los veleros de dimensión intermedia, 55,1% de veleros de 12- 15 metros

```
graph TD; A(1.- DEMANDA) --- B(2.- OFERTA); A & B --> C[3.- IMPACTO ECONÓMICO]; C --> D[4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA AFRONTAR EL FUTURO];
```

1.- DEMANDA

2.- OFERTA

3.- IMPACTO ECONÓMICO

4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA
AFRONTAR EL FUTURO

El impacto económico es elevado

Gasto diario promedio por turista chárter en Baleares: 170 €
(golf, 165,1 €)



Ingresos chárter en Baleares:
209.700.000 €

Si tomamos en cuenta el gasto en origen (gasto desplazamiento y otros) :

El gasto diario promedio por turista chárter: **203,9 €**
(gasto turista tradicional: 105€, EGATUR 2008)



Ingresos chárter:
251.807.000 €

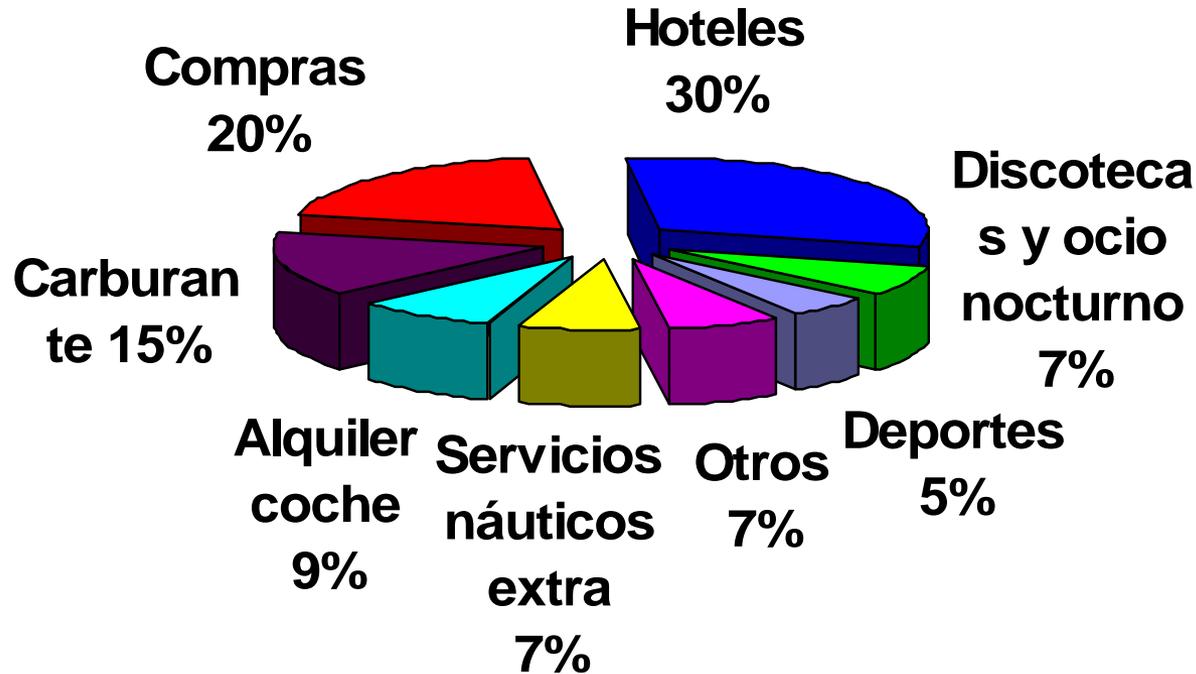
Se crean, directamente



866 Empleos

La actividad del sector de chárter náutico beneficia a otras empresas de Baleares :

Gastos realizados por el turista náutico



- El sector de empresas de alojamiento, restauración y comercio es favorecido por el turismo de chárter náutico, así como el sector del transporte aéreo.
- Las empresas de reparación de embarcaciones, astilleros, mecánicos, etc al ser demandantes de sus servicios y productos.

```
graph TD; A(1.- DEMANDA) --- B(2.- OFERTA); A & B --> C[3.- IMPACTO ECONÓMICO]; C --> D[4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA AFRONTAR EL FUTURO];
```

1.- DEMANDA

2.- OFERTA

3.- IMPACTO ECONÓMICO

**4.- RECOMENDACIONES Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS
PARA AFRONTAR EL FUTURO**

PROPUESTAS DE FUTURO:

Producto

**Formación e
Investigación**

***Estrategia de actuación
para las empresas de
chárter náutico***

Promoción

**Relaciones
Sectoriales y con
la Administración**

Producto:

- Promover la creación de productos adaptados a las nuevas demandas

- Adhesión a la red española de estaciones náuticas

- Potenciación de una Red de puertos deportivos a nivel de Baleares.

- Estimular el desarrollo y la implantación de una certificación de calidad ambiental, específica y propia de instalaciones náuticas

Promoción

Formación e Investigación

Estrategia de actuación para las empresas de chárter náutico

Relaciones Sectoriales y con la Administración

Producto

Formación e
Investigación

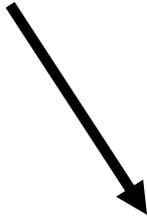
Promoción:

- Establecer un plan de marketing específico del producto Náutico Chárter
- La organización de competiciones de alto nivel.
- Incorporar nuevos instrumentos de comunicación y desarrollo de material promocional para impactar con el público objetivo deseado.
- Extremar la coordinación entre las diferentes administraciones públicas y privadas.

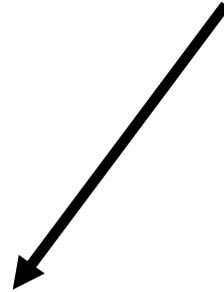
**Estrategia de
actuación para
las empresas de
chárter náutico**

Relaciones Sectoriales
y con la Administración

Producto

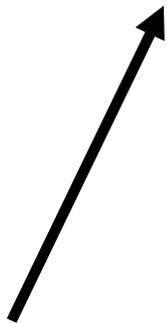


Estrategia de actuación para las empresas de chárter náutico

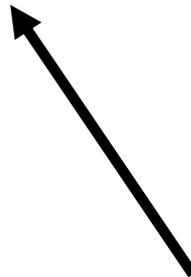


Formación e Investigación:

- Potenciar programas de formación profesional de cualificación específicos del personal de los puertos deportivos, a través de los organismos públicos correspondientes
- Establecer líneas de investigación permanente y específica desde las diferentes administraciones competentes.



Promoción



Relaciones Sectoriales y con la Administración

Producto

Formación e
Investigación

**Estrategia de
actuación para
las empresas de
chárter náutico**

Promoción

**Relaciones Sectoriales y
con la Administración:**

- Favorecer las interrelaciones, el asociacionismo entre los diferentes sectores integrantes de la oferta náutica.
- Fomentar un marco normativo y fiscal más competitivo.
- Control de la calidad medioambiental.
- Acercar a la sociedad en general y los distintos colectivos afectados, la nueva dimensión del producto náutico sostenible.

**MUCHAS GRACIAS POR
SU ATENCIÓN**