

## Actividades náuticas

\* NAS COMARCAS DE FERROL, ORTEGAL  
E EUME E CONCELLO DE VILARMAIOR

58\*



<http://guias.bicgalicia.es>

## Índice

1. ¿Qué es este documento? .....	3
2. ¿Qué zonas comprende el estudio? .....	4
3. ¿Qué es una empresa de actividades náuticas?.....	5
5. ¿Quiénes son los clientes de una empresa de actividades náuticas?.....	7
6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de actividades náuticas de la zona? .....	9
7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?.....	11
8. ¿Cómo competir en el mercado? .....	12
9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes? .....	14
10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de actividades náuticas? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?.....	14
11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?.....	16
12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?.....	17
13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?.....	18
14. NOTA DE LOS AUTORES.....	19

## 1. ¿Qué es este documento?

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del **Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia**, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social, es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social. Por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial.

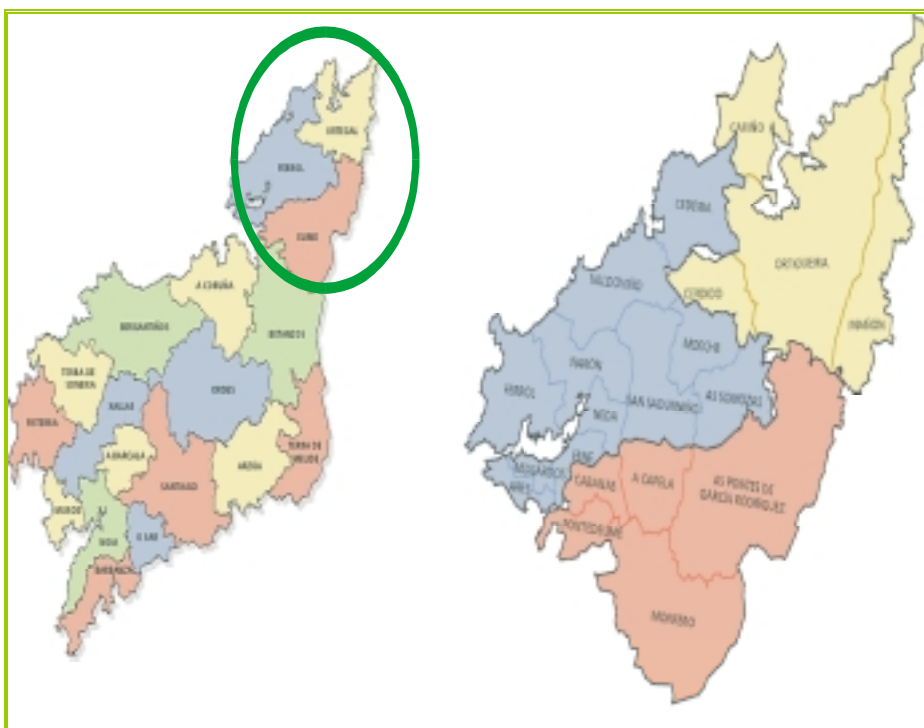
Este documento surge, por tanto, con el objetivo de acercar la información contenida en la Guía de Actividades Náuticas a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios de las Comarcas de Ferrol, Ortegal y Eume que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego coordinada por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais a través de la Dirección Xeral de Promoción do Emprego, así como de los técnicos de los Grupos de Acción Local que en la actualidad están desarrollando las iniciativas comunitarias: AGADER (Fundación Comarcal de Ortegal), PRODER II (COSTA ÁRTABRA) y LEADER + (EUROEUME) y los técnicos de otras entidades relacionadas con la dinamización empresarial, como la Cámara de Comercio de Ferrol, la Antena Cameral de Ortigueira, la Antena Cameral de As Pontes, a Mancomunidade de Concellos de Ferrol, Ferrol Metrópoli, Asociación Seara y la Federación de Autónomos de Galicia.

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Actividades náuticas realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web: <http://guias.bicgalicia.es>.

## 2. ¿Qué zonas comprende el estudio?

El espacio que ocupa el territorio de esta zona está formado por 21 ayuntamientos de 4 comarcas diferentes: Ortegal (Mañón, Cariño, Cerdido y Ortigueira), Ferrol (Ares, As Somozas, Cedeira, Fene, Ferrol, Mugardos, Moeche, Narón, Neda, San Sadurniño y Valdoviño), Eume (Cabanas, A Capela, As Pontes de García Rodríguez, Pontedeume y Monfero) y Vilarmaior (que pertenece a la Comarca de Betanzos pero se incluye en el territorio de actuación de Euroeume).



### 3. ¿Qué es una empresa de actividades náuticas?

Las actividades náuticas son todas aquéllas relacionadas con la navegación deportiva y de recreo.

En este tipo de turismo podemos diferenciar dos clases según el medio físico donde se desarrolle:

- **Turismo náutico de interior:** Incluye la realización de actividades en zonas acuáticas del interior (ríos, lagos naturales, embalses, etc.). Es un tipo de turismo muy relacionado con el activo. De momento se concentra en la práctica de actividades como remo, piragüismo, vela, etc.
- **Turismo náutico de costa:** Compuesto por actividades náuticas diversas como son los cruceros, los charters, los cursos de deportes náuticos, las actividades acuáticas en la playa, etc.

Las actividades que pueden ser englobadas dentro del mundo de náutica deportiva y de recreo son las siguientes:

Gestión de actividades en puertos deportivos: empresas privadas que se encargan de la gestión y mantenimiento de las instalaciones náuticas gallegas.

- Charters: alquiler de embarcaciones de vela o motor, con tripulación o sin ella.
- Gestión de las actividades deportivas de clubes náuticos: montaje e instalación de los cursillos de deportes náuticos en los clubes náuticos.
- Mantenimiento de embarcaciones (invernaje).
- Formación: escuelas o academias donde se puede preparar tanto la parte práctica como la teórica de cualquiera de los cuatro títulos náuticos que existen:
- Patrón para la navegación básica
- Patrón de embarcaciones de recreo (PER)
- Patrón de yate
- Capitán de yate

- Práctica y aprendizaje de deportes náuticos: se imparten cursos de surf, vela ligera, kayak, piragüismo, buceo, etc. y se alquila material para la práctica de esos deportes.
- Actividades acuáticas: alquiler de *pedaletas*, motos acuáticas, *gusanitos*, *paracending*, etc.

## 4. ¿Cuántas empresas de actividades náuticas hay en la zona? ¿Qué características presentan?

En la comarca de estudio se constata a través de los datos aportados por el Instituto Galego de Estatística (IGE), que en los epígrafes de CNAE 61.100 no existen empresas que presten servicios, y en el epígrafe CNAE 71.220 existe una empresa con sede social en Ferrol y otra en Viveiro perteneciente a la Mariña Lucense.

El motivo de tan pocas empresas dadas de alta puede ser la corta campaña de verano que existe en la zona, por lo que pueden existir empresas que se den de alta para ejercer estas actividades durante 3 meses y, por tanto, no salen reflejados en los datos estadísticos que se realizan de forma anual. Otro tipo de empresas también suelen estar incluidos en los epígrafes de comercio minorista porque combinan estas actividades con la venta de ropa.

## 5. ¿Quiénes son los clientes de una empresa de actividades náuticas?

Los principales grupos de clientes de las empresas de actividades náuticas son los particulares y las empresas. En lo que se refiere al perfil de los clientes, basándonos en las entrevistas realizadas, el mercado de charter y cruceros está compuesto en un 80% por los particulares y un 20% por las empresas. En el caso del resto de actividades náuticas el porcentaje de clientes particulares aumenta hasta un 90%.

La mayoría de los usuarios del turismo náutico suelen ser personas de mediana edad, con un nivel adquisitivo medio-alto y con niños, que vienen en la época de verano. Estos turistas provienen en su mayor parte de otras zonas de la provincia e, incluso, de toda Galicia. De forma cada vez más frecuente, el visitante busca nuevas formas de satisfacer sus expectativas de ocio y diversión, en una mezcla de vacaciones, turismo, disfrute del mar y práctica de algún deporte, llegando incluso a ser este último, en ocasiones, el móvil principal del propio desplazamiento.

Por tanto, el mercado potencial para las empresas de actividades náuticas lo podemos dividir en los siguientes segmentos:

- **Particulares:** cualquier persona que quiera disfrutar de un momento de ocio en el mar puede contratar tus servicios: desde charter, alquiler de embarcaciones de deportes acuáticos (*pedaletas*, motos acuáticas, *plátanos*, etc.), titulaciones náuticas, práctica y aprendizaje de deportes náuticos (surf, buceo, etc.), etc.
- **Empresas:** estos clientes suelen contratar los charter para realizar reuniones de trabajo o comidas de ocio, como ejercicio de su política de incentivo para conseguir la motivación de sus trabajadores. Este tipo de servicio tiene unos márgenes mucho más altos, lo cual también exige una mayor calidad en el mismo. La embarcación que se contrate para estos casos puede que sólo esté ocupada durante media jornada y, en ocasiones, se hace necesaria la subcontratación de una empresa de catering para el servicio de comida que se dispense en su caso.
- **Empresas relacionadas con el turismo** (casas de turismo rural, empresas organizadoras de congresos, agencias de viaje, etc.): los clientes de estas empresas pueden estar interesados en tus productos por lo que tendrás que llegar a un acuerdo con estas empresas que siempre se llevan una comisión sobre el precio.
- **Otros:** campamentos juveniles, grupos de excursiones, colegios, empresas organizadores de eventos, etc.

## 6. ¿Cuál es el mercado actual de las empresas de actividades náuticas de la zona?

No existen datos disponibles sobre el mercado de las actividades náuticas en la zona, así que ofrecemos datos de la oferta existente.

Según Portos de Galicia, en el 2004 había 671 plazas de amarre en la zona.

A continuación te mostramos la distribución de las plazas de amarre de los puertos deportivos:

Puerto Deportivo	Plazas de amarre
Club Náutico Ría de Ares	244
Club Náutico de Ferrol	250
Ferrol (A Graña)	80
Club Náutico de Ortigueira	97
<b>Total</b>	<b>671</b>

La evolución del número de embarcaciones de la lista sexta del Registro Marítimo Central de Buques, que son las que tienen fines lucrativos, te permite ver, parcialmente, el crecimiento del charter en la zona. El crecimiento para este tipo de embarcaciones se sitúa en un 200% desde 1998 hasta 2003. En el 2003, había 3 embarcaciones de sexta, lo que supone un porcentaje muy pequeño del total de matriculaciones gallego.

En cuanto a las playas con bandera azul, en la zona, 8 playas han tenido bandera azul en el 2004, según la Fundación Europea de Educación Ambiental. El municipio con más banderas azules es Ortigueira con 3.

Para que puedas estimar el mercado de las actividades náuticas en tu área de influencia y la parte de este mercado que puedes absorber, te proponemos que intentes averiguar la situación de saturación en la que se

encuentran los posibles competidores para el conjunto de productos que quieres ofrecer. Por ello te recomendamos seguir los siguientes pasos:

- Identifica el número de empresas de actividades náuticas que existen en tu área de influencia y su volumen de facturación aproximado. Para averiguar esto puedes acudir al Registro de Empresas e Actividades Turísticas del Servicio de Ordenación do Turismo de la Dirección Xeral de Turismo, a directorios comerciales y a los departamentos de turismo de los ayuntamientos de la comarca donde pretendas ubicar la actividad.
- Averigua el número de amarres que existen en los puertos deportivos de la comarca a través de la información facilitada por la entidad Portos de Galicia.
- Infórmate a través de las Capitanías marítimas gallegas, de las embarcaciones de sexta que hay en tu zona.
- Visita los clubes náuticos y los departamentos turísticos de la zona, para conocer el número de turistas náuticos que pasan por tu comarca y qué actividades se demandan más.
- Conoce a través de los departamentos de turismo de los ayuntamientos de la comarca, cuánta gente acude a las playas, si la playa que tú has elegido es buena ubicación para montar la empresa de actividades acuáticas y observa para conocer el grado de aceptación de la actividad y el tipo de clientes que demandan estos servicios.
- Hazte pasar por cliente de una empresa de actividades náuticas y, mediante observación, podrás comprobar cómo funcionan estas empresas, qué tipo de productos ofrecen, sus precios, etc.

Otra forma de analizar la demanda potencial es a través de lo que se conoce con el nombre de *panel de expertos*. La validez de la información que pueda proporcionarte radica en su naturaleza cualitativa, no cuantitativa. De estas entrevistas puedes obtener información muy útil acerca de la composición de su cartera de servicios, el perfil tipo para los diferentes grupos de clientes (particulares, empresas, etc.), las dificultades inherentes a la actividad, etc.

## 7. ¿Cuál es el futuro de la actividad?

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<p>&gt; No existe una política específica de promoción del turismo náutico.</p>	<p>&gt; Sector potenciado por la Unión Europea.</p> <p>&gt; Campaña de Promoción Turística Galicia Marks, incluida dentro del Plan Galicia 2003.</p> <p>&gt; Aumento de las infraestructuras náuticas.</p> <p>&gt; Aumento del nivel de vida de los españoles.</p>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<p>&gt; Posibilidad de la práctica de deportes náuticos durante todo el año debido a las condiciones climáticas y físicas del litoral.</p> <p>&gt; Mercado en expansión.</p> <p>&gt; Trato personalizado al cliente.</p>	<p>&gt; Fuerte estacionalidad en la demanda de las actividades náuticas.</p> <p>&gt; Visión todavía generalizada del público del excesivo precio de los productos náuticos.</p> <p>&gt; Escasez de oferta con relación a otras zonas costeras.</p> <p>&gt; Mala comunicación con el resto de los agentes turísticos.</p>

## 8. ¿Cómo competir en el mercado?

La oferta de servicios de las empresas de actividades náuticas se compone de los siguientes productos:

- Alquiler de embarcaciones (charters) y cruceros.
- Preparación de titulaciones náuticas (patrón de navegación básica, patrón de embarcaciones de recreo, patrón de yate y capitán de yate).
- Tienda de equipos y material náutico.
- Cursos de aprendizaje y salidas de deportes náuticos: buceo, vela, windsurf, piragüismo, etc.
- Alquiler de equipos y embarcaciones de actividades acuáticas en las playas: *pedaletas*, motos acuáticas, kayaks, etc.

A continuación mostramos los servicios complementarios que están empezando a encontrarse en la oferta de las empresas de actividades náuticas gallegas (siendo los servicios que aparecen en los primeros lugares los más demandados):

- Mantenimiento e invernaaje de embarcaciones
- gestión de puertos deportivos
- compra-venta de embarcaciones
- buque escuela
- gestoría náutica
- traslados de barcos
- peritaje de barcos para compra entre particulares
- etc.

A la hora de fijar el precio de los servicios, has de tener en cuenta qué tipo de servicio estás ofertando. Para poder establecer un baremo has de valorar cuáles son los precios que la competencia asigna al producto ofertado en las mismas condiciones y cuál es la economía del cliente potencial, para que el precio que establezcas sea razonable y te permita la absorción de los costes

de explotación para lograr unos beneficios. Las empresas de actividades náuticas habitualmente estipulan de antemano una relación de precios dentro de la que se prevén una serie de descuentos en los servicios prestados a los grupos numerosos, o reservados con antelación. Este descuento, suele ser de un 10 ó un 15% y, dependiendo de la época y de la demanda, puede llegar hasta un 20%.

Cuando valoremos la competencia en nuestra zona debemos tener en cuenta también los posibles sustitutos. Como productos sustitutos de esta actividad se puede considerar las diferentes opciones que existen en la oferta turística de la zona: turismo activo, turismo rural, turismo termal, turismo cultural, etc.

## 9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?

De las herramientas promocionales más habituales entre las empresas de actividades náuticas podemos citar los anuncios en directorios comerciales (*Páginas Amarillas, QDQ*, etc.), las páginas web, la imagen corporativa en tarjetas, papelería y anuncios en prensa. Un 64% de las empresas entrevistadas tienen presencia en internet.

Además de estas formas de promoción de carácter formal, parte de los empresarios entrevistados señalan el *boca a boca* y suelen acudir a las ferias gallegas y nacionales para recoger información sobre los nuevos servicios ofertados, comprar embarcaciones, establecer relaciones con proveedores, etc.

En cuanto a la venta, la mayoría de los empresarios no suelen realizar labor comercial, salvo cuando se produce una caída del volumen de trabajo.

No obstante y según se manifiesta en las empresas encuestadas, la mayoría de las veces es el cliente potencial quien realiza el primer contacto, ya sea telefónicamente o por internet.

## 10. ¿Qué partidas de inversión requiere una empresa de actividades náuticas? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?

Al inicio de la actividad se deberá hacer frente a la inversión en aquellos elementos de patrimonio destinados a servir de forma duradera, en la actividad de la empresa. Entre las partidas más importantes destacamos: embarcaciones, vehículos de transporte, acondicionamiento del local y utillaje, mobiliario, equipos para proceso de información, aplicaciones informáticas, stock de arranque y gastos de constitución y primer establecimiento.

En cuanto a los gastos, nos referimos a los desembolsos necesarios para el ejercicio de la actividad. Durante un cierto tiempo, es posible que los ingresos no compensen los gastos, por lo que deberás hacer una previsión sobre el número de meses que puede producirse esta situación y contar con fuentes de financiación suficientes para afrontarla.

Entre las partidas más relevantes podemos señalar: reparaciones y conservación, sueldos y seguridad social, alquiler, suministros, comunicaciones, publicidad, material de oficina, primas de seguros, servicios de profesionales independientes, gastos financieros y amortización de la inversión.

## 11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?

En las empresas de actividades náuticas, el propietario se responsabiliza de las tareas que requieren mayor formación y responsabilidad (gerencia, planificación, comercial, etc.), frente a las de carácter auxiliar (acompañamiento en las salidas, impartición de las clases, etc.) que son desempeñadas por el resto del personal.

En nuestro supuesto, hemos considerado dos personas a jornada completa, y dos empleados en la época de más trabajo con contrato temporal.

En cuanto a los perfiles profesionales, normalmente se trata de una persona aficionada a los deportes náuticos, con gran experiencia en su práctica, incluso profesional, y en posesión de la titulación de alguno o algunos de los deportes de este sector.

La Xunta, dentro del plan FIP, promueve varios cursos relacionados con el sector entre los que podemos señalar: Monitor sociocultural, Monitor deportivo, Monitor de actividades acuáticas para personas con discapacidad y agente de desarrollo turístico.

## 12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?

Existen un gran abanico de ayudas que pretenden facilitar el camino del emprendedor ofrecidas por la Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais, IGAPE e ICO.

Entre los programas de ayuda que coordina la Dirección General de Empleo destacamos los apoyos a la contratación por cuenta ajena y el fomento del autoempleo y la economía social.

El IGAPE por su parte ofrece una amplia oferta de programas y ayudas entre los que podemos destacar:

- Programa emprendedores, que pretende favorecer la aparición de nuevos emprendedores y creación de nuevas iniciativas mediante el apoyo en la elaboración de planes de empresa, concesión de subvenciones a las inversiones y gastos de puesta en marcha, préstamos, servicios de tutoría.
- Microcréditos: Ayuda para la adquisición de activos fijos (pequeño volumen)

El ICO ofrece financiación en condiciones preferentes para las inversiones en activos fijos productivos por parte de las PYMES y también concede microcréditos para la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas.

## 13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?

- Xunta de Galicia: [www.xunta.es](http://www.xunta.es)
- Portos de Galicia: [www.portosdegalicia.com](http://www.portosdegalicia.com)
- Turgalicia: [www.turgalicia.es](http://www.turgalicia.es)
- Consellería de Pesca e Asuntos Marítimos: [www.xunta.es/conselle/pe](http://www.xunta.es/conselle/pe)
- Consellería de Asuntos Sociais, Emprego e Relacións Laborais: [www.xunta.es/conselle/as](http://www.xunta.es/conselle/as)
- Instituto Galego de Promoción Económica: [www.igape.es](http://www.igape.es)
- Ministerio de Fomento: [www.mfom.es](http://www.mfom.es)
- Comisión de turismo náutico de la real liga naval española: [www.realliganaval.hispamar.com](http://www.realliganaval.hispamar.com)
- Instituto Galego de Promoción Económica: [www.igape.es](http://www.igape.es)
- Instituto Galego de Estadística: [www.ige.xunta.es](http://www.ige.xunta.es)
- Instituto Nacional de Estadística: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Federación Galega de Vela: [www.fgvela.com](http://www.fgvela.com)
- Asociación Española de Academias y Escuelas Deportivas de Náutica: [www.rfev.es](http://www.rfev.es)
- Federación Galega de Actividades Subacuáticas: [www.fegas.net](http://www.fegas.net)
- Federación Galega de Surf: [www.fgsurf.com](http://www.fgsurf.com)
- Portal Mar de Vela: [www.mardevela.com](http://www.mardevela.com)
- Portal Masmar: [www.masmar.com](http://www.masmar.com)
- Portal Navegar: [www.navegar.com](http://www.navegar.com)
- Portal Fondear: [www.fondear.com](http://www.fondear.com)
- Portal Barcos: [www.barcos.com](http://www.barcos.com)

## 14. NOTA DE LOS AUTORES

**Autores de la adaptación:**

**Francisco José Fernández Carreja, Técnico de Empleo do Concello de Ortigueira.**

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, diciembre de 2004