
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



La gestión de instalaciones náuticas de recreo

Su relación con el turismo náutico en la Costa Blanca

Enrique Gómez Javaloyes

Universidad de Alicante
enrique.javaloyes@gmail.com

RESUMEN

El turismo náutico es un campo poco estudiado en España y las publicaciones científicas son escasas, pero todas coinciden en que en España y en concreto en la Costa Blanca (Alicante) se dan las condiciones idóneas para el desarrollo de este producto. Este estudio se introduce en el mundo de los agentes náuticos encargados de gestionar una instalación náutica de recreo y su relación con la administración pública, para explicar la escasa profesionalización y estructuración del producto náutico en la Costa Blanca. Desde una perspectiva cualitativa, se comparan los distintos tipos de agentes náuticos gestores y sus opiniones que representan visiones antagónicas sobre el turismo. A su vez se analiza el conflicto sobre el asociacionismo entre clubes náuticos. Finalmente, se describe un proyecto de futuro que puede servir como piedra angular para desarrollar el producto turismo náutico de manera eficiente: el club de producto de turismo náutico puesto en marcha por la concejalía de turismo y los agentes náuticos de Torrevieja.

Palabras clave: Instalaciones náuticas de recreo; agentes náuticos; club de producto; Costa Blanca; asociaciones deportivas.

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



The management of nautical and recreational installations

Their relationship whit nautical tourism in The Costa Blanca region

Enrique Gómez Javaloyes

University of Alicante

enrique.javaloyes@gmail.com

ABSTRACT

Nautical tourism is a scarcely studied field in Spain with few scientific publications. However, many authors agree that Spain, and in particular, the Costa Blanca region (Alicante) has the ideal conditions to expand and grow in this sector. The goals of this study are to explain how and why the lack of communication between the agents in charge of nautical and recreational installations and public administrations is causing the sector to have little professionalism and an incomplete structure in nautical tourism in the Costa Blanca region. Furthermore, this study shall analyze the conflict that exists in the association between nautical clubs in the area. Finally, it presents a project for the future that will serve as a corner stone for the growth of this sector in an efficient manner combining the work of the Tourism Council in charge of creating this product with the nautical agency in Torreveija.

Keywords: Nautical officers; product club; nautical and recreational installations; Costa Blanca; sports associations.

I. INTRODUCCIÓN

La provincia de Alicante cuenta con más de 216 kilómetros de costa y con unas 25 instalaciones náuticas de recreo, gestionadas en su mayoría por clubes náuticos. Si se acepta, que el grado de desarrollo del turismo náutico se mide en función de la cantidad y calidad de sus instalaciones náuticas de recreo (Rivera, 2010), la Costa Blanca (nombre por el que se conoce el destino turístico) puede considerarse como una potencia turística en este segmento. Además, posee una larga tradición en la gestión y desarrollo del turismo, pues es un destino consolidado por su clima, paisaje, gastronomía, y hospitalidad de la gente.

En la Costa Blanca se están dando nuevos patrones de gestión y producción del turismo. Esto es debido a que el producto sol y playa está obsoleto y las nuevas tendencias implican diversificación, cualificación y gestión eficaz de los recursos ambientales (Vera et al, 1997). Por ello, el turismo náutico es una oportunidad para el destino ya que es un producto altamente dinamizador del espacio turístico litoral y ayuda a mejorar destinos ya consolidados. Debemos entender que el litoral no es únicamente sol y playa, alcanza hasta el mar y por lo tanto a las actividades náuticas que se puede realizar en él y a las instalaciones náuticas que las ofrecen. En la actualidad el turismo náutico se encuentra dentro del conglomerado de productos denominado turismo activo, compuesto por, además de la náutica de recreo, los campos de golf, las estaciones de esquí y el ocio nocturno.

Para la Administración Pública no es un tipo de turismo por el que todavía se haya decidido a apostar. En su contra, la náutica tiene colgado el cartel de sector elitista por lo que gran parte de la población local rechaza las posibles acciones que la administración pueda desarrollar sobre este sector. La realidad muestra que desde hace unos 20 años, los clubes náuticos han pasado de estar altamente hermetizados a abrirse a todo aquel que desee sus servicios.

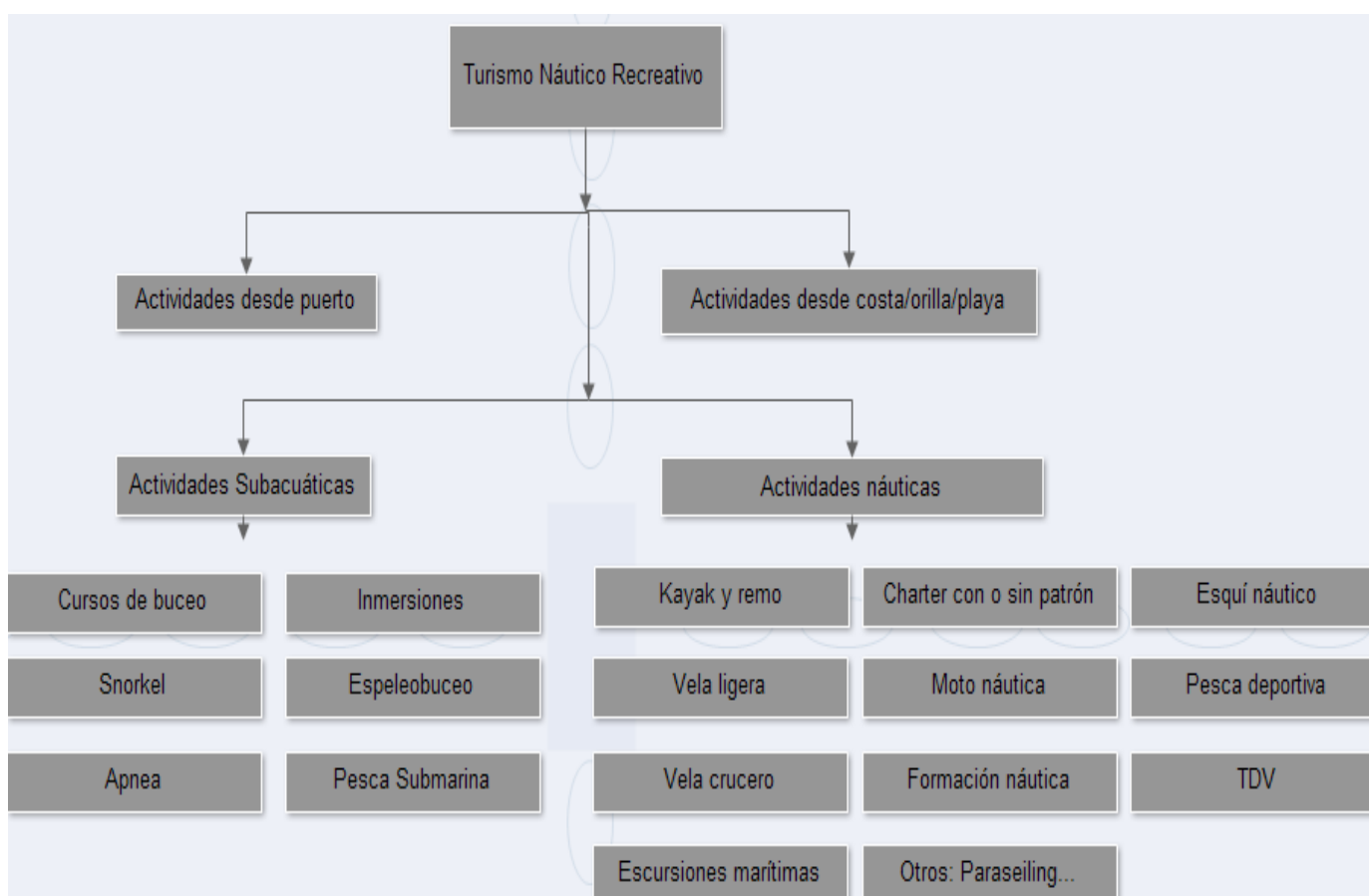
De momento no existe una estructura que permita coordinar las interacciones entre las instituciones públicas con responsabilidades en materia de turismo y los agentes náuticos. Uno de los motivos que dificulta la existencia de esta estructura, es la problemática que existe entre los clubes náuticos para asociarse conjuntamente. Por otro lado, no todos los agentes náuticos encargados de gestionar una instalación náutica de recreo tienen una visión abierta sobre la diversificación de su actividad hacia el turismo. Aún así, la coyuntura económica actual, la fuerte competencia que sufren y la necesidad de renovar concesiones, provoca que se vean obligados a ofertar nuevos productos. El primer paso lo ha dado Torrevieja con la creación del club de producto náutico. Esta iniciativa puede crear un marco de referencia que sirva para que el producto turismo náutico vaya cogiendo forma a lo largo de toda la Costa Blanca.

II. EL TURISMO NÁUTICO

2.1. Productos náutico-deportivos y de recreo

La siguiente ilustración presenta los productos que pueden ofertar los distintos agentes náuticos, apoyados en una instalación náutica de recreo o directamente desde la playa. Visualmente, se percibe una idea de cómo podrían estar organizados los productos, dependiendo del soporte para desarrollarlos y si se ejecutan sobre el mar o por debajo del mismo. Los productos suelen estar ofertados por escuelas deportivas o empresas privadas externas a la instalación náutica de recreo, que solicitan permiso de actuación a la entidad gestora de la instalación. Estas empresas privadas, en ocasiones, hacen competencia a los productos que ofertan los clubes náuticos que gestionan la instalación náutica de soporte. Aún así, los clubes náuticos cobran por la utilización de la instalación minimizando el impacto.

Ilustración 1. Producto náutico



Fuente: Elaboración propia

2.2. Las instalaciones náuticas de recreo

El recurso principal del turismo náutico es la instalación náutica de recreo. Se entiende por Instalación Náutica de Recreo (INR), al conjunto de servicios elementales prestados, generalmente, por una o varias organizaciones, destinados a satisfacer determinadas necesidades relacionadas con el uso y disfrute de embarcaciones deportivas o de recreo. (Martín, 2003). Al mismo tiempo, sirven de soporte para el desarrollo de las distintas prácticas náutico-deportivas que se han clasificado como productos de turismo náutico. Existen distintas tipologías de INR desde que en 1975 el Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo las estableciera. Las distintas tipologías son:

- Embarcadero
- Base marítima
- Fondeadero
- Dársena
- Puerto
- Complejo náutico-residencial
- Marina o Ciudad Marítima
- Marina Seca.

Estas tipologías determinan el tipo de producto que se puede ofertar porque cada una de ellas ofrece distintos servicios. Por lo tanto, el destino (en este caso Costa Blanca) debe conocer bien las distintas INR con las que cuenta para poder planificar los diferentes proyectos de manera eficiente.

III. OBJETIVOS

El objetivo principal de este estudio es conocer la situación del producto “turismo náutico” en la Costa Blanca. Para ello se analizan las relaciones entre los distintos agentes gestores de instalaciones náuticas de recreo y las instituciones competentes en materia de turismo en la Costa Blanca. Este objetivo se apoya en la hipótesis de la escasa estructuración y profesionalización de este producto, derivado de la infrautilización del recurso “instalación náutico recreativa” por parte de las instituciones competentes en materia de turismo. Para la consecución de este objetivo se desarrollan diferentes objetivos específicos como son: el conocimiento de las tipologías de los agentes gestores de las INR y la visión de los mismos sobre el turismo y el análisis del conflicto entre clubes de la Comunidad Valenciana. Por último, se estudia el proyecto Club de Producto de Turismo Náutico de Torrevieja.

IV. METODOLOGÍA

La metodología que se sigue en este trabajo es cualitativa y se sirve de las técnicas de entrevista en profundidad y la observación participante. Con esto, se pretende recoger la máxima información posible sobre un ecosistema tan complejo como es la náutica deportiva y de recreo. Los puntos principales del objeto de estudio son: la situación actual de las instalaciones náuticas y su estructura, sus proyectos relacionados con el turismo y la visión sobre este sector, y la relación entre los agentes náuticos y el sector público. Dado el desconocimiento inicial sobre la náutica de recreo a las técnicas mencionadas anteriormente se ha de añadir la de revisión bibliográfica previa.

Los objetivos de la revisión bibliográfica han sido:

- Conocer los conceptos y terminología derivada de la náutica de recreo así como entender las estructuras de las instalaciones náuticas de recreo y su entorno.
- Conocer e identificar los órganos gestores de las distintas instalaciones náuticas de recreo
- Identificar y analizar los agentes implicados en el desarrollo del turismo náutico.

El trabajo de campo se inicia en marzo de 2012 y su duración fue de dos meses. Durante ese tiempo se compaginaron tareas de gestión de la instalación náutica de recreo de Villajoyosa, la dirección deportiva y la participación en el comité organizador de una prueba náutica de nivel internacional.

La observación participante se ha realizado en el Club Náutico de Villajoyosa y ha servido de gran ayuda para entender el sector náutico y su desarrollo diario. Con esta técnica se ha obtenido información de primera mano. La observación participante, ha permitido determinar la relación real que un club náutico puede tener en torno al turismo, la relación de los clubes con las administraciones públicas, las relaciones entre los propios clubes y la observación de los distintos productos náuticos que ofertan los clubes.

Se opta por la entrevista en profundidad por las siguientes razones: en primer lugar, por el desconocimiento del campo de la náutica de recreo. En segundo lugar por el corto espacio de tiempo para la recogida de información. Esta técnica permite la obtención de una gran cantidad y calidad de información. A su vez, en la fase inicial de las primeras entrevistas, el trabajo de campo permitió la generación de hipótesis, puntos de vista y enfoques para desarrollar el proyecto. Las se realizaron a los Gerentes que son los encargados de gestionar las siguientes instalaciones náutico-deportivas y de recreo:

- Gerente Club náutico Villajoyosa.
- Gerente Real Club Náutico Torrevieja.

- Gerente Marina Deportiva de Alicante.

Todas las entrevistas se han realizado en la sede social de los distintos agentes náuticos.

V. ANÁLISIS Y RESULTADOS

5.1. Tipologías de gestión de las instalaciones náuticas de recreo (INR).

Actualmente la distinción respecto a la promoción y titularidad cabe establecerla en cuatro tipos (Esteban, 2003):

- a) Sector público a través de las distintas administraciones
- b) Sector privado, bien a través de personas físicas o jurídicas.
- c) Mixtas, como el caso de las promociones municipales.
- d) Asociaciones deportivas privadas de actividades náuticas.

En la Comunidad Valenciana, se entiende por sector público a través de las distintas administraciones, aquel propuesto en el “Programa de amarres deportivos públicos en los puertos de la Generalitat Valenciana”, creado con el fin de crear amarres públicos para la población local a precios más asequibles. Se suele encontrar ubicado en una pequeña parte de la instalación náutica principal. Este tipo puede servir para que la población local vea con buenos ojos, las acciones que se desarrollen sobre el turismo náutico ya que ellos dispondrán de amarres a precios menores.

A las instalaciones náuticas deportivas gestionadas por el sector privado se les suele denominar Marinas deportivas. La gestión mixta prácticamente se desconoce en esta zona. Por último las asociaciones deportivas privadas que gestionan una INR suelen ser clubes náuticos. Se entiende que este último tipo es el más propicio para que se desarrolle el turismo náutico. Son entidades sin ánimo de lucro y tienen un fin social. Cuentan con escuelas deportivas y suelen realizar varios eventos náutico-deportivos. En ocasiones estos eventos son de nivel internacional por lo que atraen a las familias de los participantes que dedican el tiempo libre a hacer turismo. Por el contrario, las marinas deportivas son entidades privadas con ánimo de lucro. Su principal objetivo es la venta de amarres y la gestión inmobiliaria, carecen de escuelas deportivas y no realizan eventos.

5.2. Opiniones sobre el turismo de los agentes náuticos.

El Real Club Náutico de Torre Vieja (RCNT) se creó ligado al crecimiento del turismo en Torre Vieja en la década de los 60. Por ello, el turismo es uno de los puntos importantes de su visión y misión. En la actualidad, el RCNT es uno de los agentes náuticos más activos, en la idea de crear un producto de turismo náutico con forma y sostenible en el tiempo.

Según palabras de Carlos Torrado (Gerente del RCNT), la náutica en general, tiene colgada la etiqueta de elitista con lo que se hace muy difícil la captación de todo tipo de turistas. Esta imagen, a su vez, provoca que las administraciones públicas rechacen la participación de proyectos (excepto macro eventos como la *America's Cup* o la *Volvo Ocean's Race*) apoyado en la desaprobación de la población local. Actualmente, se está trabajando duramente para cambiar esta imagen y demostrar que las instalaciones náuticas deportivas y de recreo son patrimonio de la localidad y de uso público. Para ello, el RCNT cede sus salones sociales para reuniones a todo aquel que los solicite. Es también, lugar de recepción de personal de alto nivel que visita la ciudad de Torrevieja y regalan cursos a los niños de los residentes en Torrevieja.

Desde el lado opuesto, se describe el Club náutico de la Vila (CNV). Esta entidad se crea para dar servicio y dotar de instalaciones náutico deportivas a un grupo de personas que tenían en común el deporte náutico. También se crea en la década de los 60 pero con una orientación totalmente antagónica a la de Torrevieja. Villajoyosa no tuvo en esa década, el desarrollo turístico que tuvo Torrevieja, por lo que esta asociación no contemplaba el turismo en ninguno de sus aspectos. Se creó el club náutico con su junta directiva y sus socios y se presentaron al concurso de construcción y explotación de la instalación náutica de recreo de Villajoyosa, obteniendo la concesión. El gasto de este proyecto fue sufragado por el aporte de capital de los socios, que a cambio recibían la concesión de explotación de un amarre durante 20 años que duraba la concesión. Todo esto hace que los socios tengan más celo de prestar la instalación a "desconocidos" y se cierran a ellos. El club, actualmente, se encuentra abierto a todo el mundo, esto es provocado por la necesidad de renovar concesiones y de diversificar la oferta, no solo en alquiler de amarres sino con cursos, transeúntes, etc.

El club náutico de Villajoyosa decidió en 2011 certificarse como empresa turística. Esta acción le permite acceder a un nuevo abanico de subvenciones en materia de turismo. Estas subvenciones les permiten costear los cursos de verano de deportes náuticos, así como el *Eurochallenge kayakdemar&Surf-ski* (competición deportiva de nivel internacional).

La marina deportiva de Alicante se creó en 1993 y ese mismo año obtuvo la concesión para la construcción y explotación de la INR de Alicante. En 1996 comenzaron a funcionar y su primera acción fue la de vender todos los locales comerciales que se habían construido en la dársena. Después de eso, la marina intentó vender la totalidad de los amarres, para recuperar la inversión inicial. El caso de la marina deportiva de Alicante es particular, solo han conseguido vender el 30% de los 750 amarres de los que dispone. La marina deportiva actualmente, se encuentra al 90% de su capacidad, esto quiere decir que el resto de amarres los dedican a transeúntes y alquiler, por lo tanto ya se puede considerar que tienen una vertiente turística. Reciben alrededor de 2.000 embarcaciones en concepto de transeúntes debido a que muchos de ellos deciden parar en Alicante ya que es una gran ciudad y en ella disponen de todos los servicios que necesiten.

5.3. Conflicto entre la Asociación de clubes náuticos de la Comunidad Valenciana (ACNCV) y la Asociación de clubes náuticos de la provincia de Alicante Costa Blanca (ACNPACB).

Como se ha señalado antes, el conflicto ente los clubes náuticos para unirse en una sola asociación, dificulta la estructuración del producto turismo náutico. Se entiende que una asociación se constituye como un grupo de influencia ante entidades competentes en la materia como puede ser en este caso, la Secretaría de Turismo. Por lo tanto, cuanto mayor número de participantes haya en la asociación, mayor poder podrá tener la misma. A su vez, si la asociación es autonómica, tendrá más peso que una asociación provincial por representar a varias provincias.

Para el análisis de este conflicto, se entrevistó al gerente del Real Club Náutico de Torrevieja, que a su vez es presidente de la Asociación de Clubes Náuticos de la Comunidad Valenciana (ACNCV) y al gerente del Club Náutico de la Vila, entidad que pertenece a la Asociación de Clubes Náuticos de la Provincia de Alicante Costa Blanca (ACNPACB) y que ha rechazado las propuestas de unirse a la asociación autonómica.

El factor más importante que influye en la decisión de participar en una asociación u otra es la política de club. En este argumento coinciden los dos gerentes. Los clubes náuticos de los extremos norte y sur de la provincia de Alicante están asociados al ente autonómico, mientras que los clubes náuticos que se encuentran en el centro de la provincia, lo están en la asociación provincial y no quieren asociarse a la autonómica.

- *Empiezas a pensar, Zaplanismo, Campismo, Alicantinismo, Valencianismo. Si los presidentes de los clubes no dejan a los gerentes, por mucho que ellos como profesionales lo vean, no pueden actuar. El ponerse de acuerdo es una cuestión de tiempo". (Carlos Torrado, Gerente RCNT)*

El ponerse de acuerdo es cuestión de tiempo porque las juntas directivas se han de renovar pronto debido a la avanzada edad que poseen sus miembros. Se entiende que la entrada de personal nuevo y relativamente joven, permitirá a los gerentes asesorar sobre este asunto.

Desde la parte opuesta, es decir, el Club Náutico de la Vila, se argumenta que la presidencia del club no decide asociarse a la asociación autonómica porque, la provincia de Alicante cuenta con el mismo número de clubes náuticos que la suma de las provincias de Castellón y Valencia. Por lo tanto, entienden que tienen el mismo poder, como asociación provincial, que la autonómica. Si bien es cierto que, muchos clubes náuticos de la provincia de Alicante pertenecen a ambas asociaciones. Por lo tanto, el número de

participantes en la autonómica es mayor. La ACNCV propone que cada vez presida la asociación un miembro de un club de cada provincia. Este punto es otro motivo de conflicto. Los clubes que no quieren asociarse proponen que para unirse la presidencia debe ser por sorteo libre. Así los clubes de la provincia de Alicante tendrán más posibilidades de salir por haber más número.

5.4. El modelo de club de producto de turismo náutico. El caso del municipio de Torrevieja.

Torrevieja es el primer destino peninsular que se ha decidido apostar fuertemente por el turismo náutico. Esto es debido a que su oferta se centra en el turismo llamado de sol y playa y de segunda residencia. El producto está obsoleto, pues la venta de viviendas ha caído drásticamente por la crisis, provocando que el destino quede estancado. Por lo tanto, según la teoría del ciclo de vida del producto turístico de Charles Butler, para corregir esto es necesario diversificar la oferta. El club de producto de turismo náutico en Torrevieja surge de la iniciativa de los agentes náuticos locales y las buenas relaciones con la administración local (Concejalía de turismo de Torrevieja), que considera a las tres instalaciones náuticas de las que dispone, recurso turístico. A la acción de colaboración entre la administración pública y los agentes náuticos, que da como resultado el club de producto se le denomina, "Partenariado o Colaboración público privada". Se origina motivado por los problemas de control presupuestario y de endeudamiento público que provoca que cada vez resulte más complicado obtener recursos de las arcas públicas, obligando a buscar fórmulas alternativas de financiación que permitan la canalización de recursos procedentes del sector privado para sacar adelante proyectos que, por si solos, los Estados no podrían asumir sin incrementar más aún su nivel de endeudamiento. Marco Antonio Celdrán, gerente de la Concejalía de Turismo de Torrevieja, lo describe de la siguiente manera:

"Todo funcionaba bien hasta la crisis, época en la que empiezan a crearse necesidades de negocio, tanto para el sector público como para el sector náutico. Esta necesidad provoca que por la fuerza, los sectores se tengan que reunir en la búsqueda de nuevos nichos de negocio, dando por resultado el turismo náutico entre otros.

Él mismo considera que:

"A día de hoy la náutica se configura como uno de los pilares turísticos fundamentales para reconvertir el destino".

Por parte de los agentes náuticos, es una oportunidad de captar nuevos clientes, diferenciándose ante la fuerte competencia que hay y continuar en la demostración de los beneficios que le reportan a la sociedad local para mejorar su imagen. Por lo tanto, estas son las necesidades que les hacen actuar conjuntamente.

La misión de la Concejalía de Turismo ha sido poner de acuerdo al sector público, a las asociaciones deportivas (el caso del RCNT) y al sector privado (las marinas deportivas de Marina Internacional y el puerto deportivo de Marina Salinas). Según explica Celdrán:

“Se han juntado en una mesa a los agentes náuticos implicados y a la institución pública definiéndose reuniones de trabajo. Dando por resultado la creación de un total de 30 productos que han elaborado ellos mismos”.

Decidieron también crear una figura gestora del producto que surgiera de los agentes náuticos, con el fin de servir de motivador ante el resto para la consecución del proyecto. La Concejalía coordina y sirve de soporte para la comercialización del producto, para ello han creado una página web (www.torreviejanauticalexperience.com) y en todas sus oficinas de turismo se puede encontrar toda la información relacionada con este producto, como por ejemplo el alquiler de un amarre o la realización de un curso de vela. Actualmente están elaborando los posibles paquetes de alojamiento y la oferta náutica, para ello se están organizando reuniones entre el sector náutico y el sector hotelero, coordinado por la administración.

5.4.1. Club de producto desde el punto de vista del agente náutico

Desde el agente náutico RCNT, se entiende el club de producto como una manera de segmentar y estructurar la oferta náutica, facilitando al turista mediante internet, la elección de consumo de uno o varios productos náuticos. Un gerente lo describe de la siguiente manera:

- *“El turista lo que quiere es encontrar a golpe de internet, tres noches de hotel más cena y un curso de vela por un determinado precio”*
- *“La idea es iniciativa del sector náutico. En otras épocas estas ideas se bloqueaban por la mala visión o por el personal político”.*
- *“El objetivo es encontrar gente en el gobierno valenciano que escuche esto. Ahora si se escucha, antes ibas y decían sois pobres que vengan los del músculo financiero (Marinas deportivas).*

VI. CONCLUSIONES

Los agentes náuticos gestores, en particular los clubes náuticos, no disponen de una masa de capital importante que le permita acometer ciertos proyectos. Por lo tanto, es imprescindible el apoyo de las instituciones. Actualmente el apoyo económico parece una utopía pero existen diversas formas de proponer, planificar y apoyar productos eficientes en materia de turismo náutico sin la necesidad de un aporte de capital elevado. La cohesión entre estas tres piedras angulares (administración local, clubes náuticos y

marinas deportivas) es vital para el buen funcionamiento de un producto de turismo náutico eficiente y sostenible. Para que tenga éxito la cohesión entre el sector, el primer paso necesario es que los clubes náuticos se asocien todos por igual. Esto permitirá unificar criterios y ganar en peso y fuerza ante propuestas a la administración. Además, podrán obtener beneficios como los derivados de las economías de escala, como por ejemplo puede ser la creación de una central de compras conjunta. El freno para este asociacionismo parece ser que es la política de los clubes, por lo tanto se considera que se necesita tiempo para que se vayan renovando las juntas directivas y los gerentes puedan proponer ideas de este tipo a las entrantes.

Desde la administración, sus responsables deben darse cuenta del potencial real que tiene una INR en su localidad y comenzar a prestar apoyo al sector náutico de una manera viable. Como ha quedado demostrado no son necesarios grandes aportes económicos si no que cuenten con que disponen de un recurso que genera enormes beneficios a la población local y por consiguiente a ellos. La renovación de las concesiones es el indicador por el que la administración pública, siendo más elástica y cediendo a ciertas presiones sobre todo económicas, puede conseguir que clubes náuticos herméticamente cerrados decidan colaborar de sus proyectos.

El ejemplo del club de producto de Torre Vieja puede servir de marco para que comience a desarrollarse el turismo náutico en la Costa Blanca. Es necesaria la participación de todos los agentes implicados y crear productos acordes a cada destino y no copiar algo ya hecho. Es vital una buena planificación de la acción a acometer. Para ello se considera de gran importancia que las INR comiencen a introducir en sus plantillas, la figura del técnico de turismo especializado en náutica. La función de esta figura es la de servir de nexo de conexión entre la INR y la administración pública dotando de estructura y profesionalización al producto. A su vez y dadas sus aptitudes debe ser capaz de exponer los proyectos a la masa social de los agentes náuticos intentando obtener una respuesta positiva o las sugerencias necesarias para la aceptación de los proyectos. Esta función en la actualidad la desarrollan los gestores de las INR con lo que contar con una persona en la que delegar competencia en esta materia liberaría al gestor de las mismas, gestor que de por sí ya cuenta con una cantidad enorme de competencias a desarrollar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESTEBAN, V. (1998). *La Náutica de recreo y turismo en el Mediterráneo: La Comunidad Valenciana*. Madrid: Síntesis.
- ESTEBAN, V. (2000). "Oferta actual de turismo náutico". En ESTEBAN, V. (Dir.) *Futuro y expectativas del turismo náutico*. Valencia: SPUPV-2000.2080, 19-39.
- ESTEBAN, V. (2003). "La náutica como producto turístico" En MARTÍN, F.J. (Dir.) *Curso práctico de dirección de instalaciones náuticas de recreo*. Madrid: Escuela Oficial de Turismo, 11-30.

- FERRADÁS, S. (2002). "El turismo náutico en el Mediterráneo". *Cuadernos de Turismo*, Nº 9, 19-32.
- JENNINGS, G. (2001). *Tourism research*. Queensland: Central Queensland University.
- MARTÍN, F.J. (2003). "El almacenamiento en seco: Alternativas o complemento a las instalaciones portuarias". En MARTÍN, F.J. (Dir.) *Curso práctico de dirección de instalaciones náuticas de recreo*. Madrid: Escuela Oficial de Turismo, 35-44.
- MARTÍN, F.J. (2003). "Dirección y planificación de las instalaciones náuticas de recreo. El plan de empresa". En, MARTÍN, F.J. (Dir.) *Curso práctico de dirección de instalaciones náuticas de recreo*. Madrid: Escuela Oficial de Turismo, 61-78.
- VALLÉS, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: Reflexión social y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

Nota: Este artículo es un resumen del Trabajo de Fin de Máster en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Alicante "La gestión de instalaciones náuticas de recreo y su relación con el turismo náutico" que contó con la tutoría de D. Francisco Javier Martín Pérez y de Dr. José Fernando Vera Rebollo. El autor agradece a ambos su imprescindible dirección.