

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL



**PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO PARA LA  
ACTIVIDAD TURÍSTICA DE AVISTAMIENTO DE CETÁCEOS  
EN LAS ISLAS CANARIAS**

CARLOS ELEJABEITIA VON SPACEK- STREER

PROYECTO FINAL DE GRADUACION

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
MASTER EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE (MGTS 10)

San José, Costa Rica

Mayo 2010

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL



Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como  
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión de Turismo Sostenible

**LEYLA SOLANO**

PROFESOR TUTOR

**OLIVIER CHASSOT**

LECTOR No.1

**CARLOS ELEJABEITIA VON SPACEK - STREER**

SUSTENTANTE

## **DEDICATORIA**

A aquell@s que dedican su esfuerzo a mejorar las condiciones medioambientales, sociales y económicas del legado que recibirán las futuras generaciones y que ayudan a guiar la cultura y el desarrollo humano por el camino de la justicia, la equidad y la bondad.

*Mi reconocimiento a la experiencia y profesionalidad de los profesores de UCI y mi agradecimiento por su acompañamiento y su dedicación a divulgar y a avivar la conciencia sobre los retos de sostenibilidad.*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	vii
ÍNDICE DE CUADROS .....	viii
GLOSARIO DE ABREVIATURAS .....	ix
RESUMEN EJECUTIVO .....	xii
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>2. TURISMO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO: UN MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO CONCEPTUAL E INSTITUCIONAL .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Sostenibilidad turística .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2. Competitividad turística .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3. Clúster turístico .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Calidad turística .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. El Turismo de Avistamiento de Cetáceos y la motivación turística .....</b>	<b>29</b>
<b>3. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. Fuentes de información .....</b>	<b>39</b>
<b>3.2. Métodos de Investigación .....</b>	<b>39</b>
<b>3.3. Técnicas aplicadas, procesamiento y análisis de la información .....</b>	<b>40</b>
<b>4. MARCO SITUACIONAL I: MARCO INSTITUCIONAL Y LABOR INVESTIGADORA EN TORNO A LOS CETÁCEOS Y EL TAC .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1. Esfuerzos internacionales de conservación y gestión: aportes a la         competitividad y sostenibilidad turística .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2. Marco Institucional Europeo .....</b>	<b>56</b>
<i>4.2.1. Red Natura 2000 .....</i>	<i>58</i>
<i>4.2.2. Marco nacional y regional .....</i>	<i>61</i>
<b>4.3. El valor de los cetáceos y de la actividad de avistamiento de         cetáceos .....</b>	<b>64</b>
<b>5. MARCO SITUACIONAL II: EVOLUCIÓN DEL TAC COMO SEGMENTO TURÍSTICO .....</b>	<b>69</b>
<b>6. MARCO SITUACIONAL III: ÁREA DE ESTUDIO Y ACTIVIDAD TURÍSTICA .....</b>	<b>77</b>
<b>6.1. Área de estudio .....</b>	<b>77</b>
<b>6.2. Importancia del turismo en Canarias .....</b>	<b>78</b>
<b>6.3. Modelo turístico .....</b>	<b>79</b>
<b>6.4. Perfil del visitante .....</b>	<b>83</b>

6.5.	<b>Efectos de la crisis económica actual</b> .....	84
6.6.	<b>Contexto nacional y lineamientos de nueva estrategia</b> .....	85
7.	<b>MARCO SITUACIONAL IV: EL TAC EN LAS ISLAS CANARIAS</b> .....	88
7.1.	<b>Magnitudes y características del TAC en Canarias</b> .....	88
7.2.	<b>La demanda</b> .....	91
7.3.	<b>Comercialización y efecto arrastre</b> .....	93
7.4.	<b>Regulación y gestión</b> .....	94
7.6.	<b>Valor añadido de la experiencia de avistamiento de cetáceos</b> .....	104
7.7.	<b>Problemas, retos y medidas adoptadas</b> .....	108
7.8.	<b>Perspectivas y riesgos de evolución del TAC</b> .....	114
8.	<b>DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES</b> .....	116
9.	<b>PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO DEL TAC</b> .	146
9.1.	<b>Clúster: recursos turísticos</b> .....	147
9.1.1.	<i>Características climáticas y del medio</i> .....	147
9.1.2.	<i>Recursos naturales</i> .....	148
9.1.3.	<i>Áreas naturales marino-costeras de interés turístico</i> .....	149
9.1.4.	<i>Zonas protegidas</i> .....	149
9.1.5.	<i>Infraestructura de muelles y puertos</i> .....	151
9.1.6.	<i>Equipamiento: embarcaciones dedicadas a oferta de TAC y de recreo</i>	152
9.1.7.	<i>Otros espacios y construcciones de interés</i> .....	152
9.1.8.	<i>Profesionales de interpretación del medio: guías de turismo</i> .....	153
9.1.9.	<i>Alojamiento rural</i> .....	154
9.1.10.	<i>El sector pesquero</i> .....	155
9.1.11.	<i>Gastronomía marinera</i> .....	156
9.1.12.	<i>Elementos y manifestaciones culturales</i> .....	158
9.2.	<b>Clúster: actores participantes</b> .....	159
9.3.	<b>Propuesta del “mix” producto turístico</b> .....	161
9.3.1.	<i>Plataformas de actividad</i> .....	161
9.3.2.	<i>Propuesta de productos</i> .....	162
9.4.	<b>Propuesta de actuaciones</b> .....	167
9.4.1.	<i>Definir objetivos comunes consensuados entre los participantes y configurar una entidad líder y una imagen de marca.</i> .....	167
9.4.2.	<i>Definir las necesidades de capacitación</i> .....	168

9.4.3.	<i>Búsqueda de recursos financieros</i>	169
9.4.4.	<i>Puesta en valor de instalaciones y equipamiento</i>	171
9.4.5.	<i>Encuentros, celebraciones y eventos</i>	173
9.4.6.	<i>Diseño de itinerarios, paquetes y circuitos regionales</i>	174
9.4.7.	<i>Comercialización, Promoción y Divulgación.</i>	175
9.4.9.	<i>Introducción de un Programa de Certificación</i>	181
9.4.10.	<i>Acción Exterior</i>	182
<b>10.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	184
<b>11.</b>	<b>REFERENCIAS DE DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA</b>	192
<b>12.</b>	<b>ANEXOS</b>	209
ANEXO I	CHARTER DEL PROYECTO	209
ANEXO II	ESPECIES DE CETÁCEOS Y DE TORTUGAS MARINAS CATALOGADAS COMO AMENAZADAS	210
ANEXO III	EMPRESAS Y EMBARCACIONES RELACIONADAS CON LA OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS EN CANARIAS	214
ANEXO IV	PUERTOS DE CANARIAS CON GESTIÓN AUTONÓMICA	221
ANEXO V	EL SECTOR DE PESCA ARTESANAL EN CANARIAS	224
ANEXO VI	SECTORES PARTICIPANTES DEL CLÚSTER TAC	228
ANEXO VII	PROPUESTA DE OFERTA DE CAPACITACIÓN	245
ANEXO VIII	PROGRAMA DE DESARROLLO: ÁREAS DE ACTIVIDAD	247
ANEXO IX	BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE TAC	250
ANEXO X	SISTEMA DE INDICADORES (MICRO)	274
ANEXO XI	SISTEMA DE INDICADORES (MACRO)	285
ANEXO XII	MODELO DE FICHA METODOLÓGICA DE INDICADORES	299
ANEXO XIII	PRESENCIA EN INTERNET	301
ANEXO XIV	LEGISLACIÓN Y REGULACIÓN	307

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1: Prisma de sostenibilidad (Spangenberg & Valentine, 1999).....	10
Figura 2: Pirámide de jerarquía de necesidades (Maslow, 1943).....	36
Figura 3: Países con actividad de observación de cetáceos en 2008 (IFAW, 2009) ...	48
Figura 4: ZEC para la Red Natura 2000 en Canarias.....	59
Figura 5: ZEC de Canarias para Natura 2000 en base a <i>Tursiops</i> y <i>Caretta</i> .....	60
Figura 6: Mapa de situación de las islas Canarias .....	78
Figura 7: Evolución del TAC en las islas Canarias (1995 – 2008).....	89
Figura 8: ZEC para Natura 2000 en base a delfín mular y zonas con oferta autorizada de TAC (2009).....	97
Figura 9: Demarcación de aguas y áreas naturales protegidas.....	150
Figura 10: Zonas Marinas de Especial Sensibilidad para las Islas Canarias .....	151



## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Listado de Zonas de Canarias para Natura 2000 ( <i>Tursiops</i> y <i>Caretta</i> ) .....	61
Cuadro 2: Llegadas turísticas y principales destinos de TAC en el mundo .....	71
Cuadro 3: Evolución mundial del TAC .....	74

## **GLOSARIO DE ABREVIATURAS**

ACE:	Agencia Canaria de Empleo
AECI:	Agencia Española para la Cooperación Internacional
AEHTF:	Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura
AENA:	Aeropuertos Nacionales
ALIDES:	Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible
ASHOTEL:	Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, Gomera y Hierro
ASOLAN:	Asociación de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote
CBD:	Convention on Biological Diversity
CBI:	Comisión Ballenera Internacional
CE:	Comunidad Europea
CEAC:	Catálogo de Especies Amenazadas de Canarias
CGTS:	Criterios Globales de Turismo Sostenible
CITES:	Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres
CME:	Clúster Marítimo Español
CMS:	Convention of Migratory Species of Wild Animals
CNEA:	Catálogo Nacional de Especies Amenazadas
FAO:	Food and Agriculture Organization
FEADER:	Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural
FEDER:	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
FEHT:	Federación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Las Palmas

FEOGA:	Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola
FEP:	Fondo Europeo de Pesca
FSE:	Fondo Social Europeo
GEF:	Global Environment Facility
GSTC:	Global Sustainable Tourism Criteria
HSI:	Humane Society International
HSUS:	Humane Society of the United States
IFAW:	International Fund for Animal Welfare
IFOP:	Instrumento Financiero de Orientación de la Pesca
ISTAC:	Instituto Canario de Estadística
IUCN:	International Union for conservation of Nature
IWC:	International Whaling Commission
LIC:	Lugar de Importancia Comunitaria
LOHAS:	Lifestyle of Health and Sustainability
OMT:	Organización Mundial del Turismo
MMARM:	Ministerio de Medioambiente y Medio Rural y Marino
MPYME:	Micro, pequeña y mediana empresa
PIB:	Producto Interior Bruto
PNUMA:	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PYME:	Pequeña y mediana empresa
RUP:	Región Ultra-periférica
SEGITUR:	Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas

SEPRONA:	Servicio de Protección de la Naturaleza de la Guardia Civil
TAC:	Turismo de Avistamiento de Cetáceos
TIES:	The International Ecotourism Society
TRLOTENC:	Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio y de Espacios Naturales de Canarias
UICN:	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
ULL:	Universidad de La Laguna
ULPGC:	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
UNEP:	United Nations Environmental Program
UNHDI:	United Nations Human Development Index
UNWCDE:	United Nations World Commission on Environment and Development
WEF:	World Economic Forum
WTO:	World Tourism Organization
WTTC:	World Travel and Tourism Council
WWF:	World Wildlife Fund
ZEC:	Zona Especial de Conservación
ZEPA:	Zona Especial de Protección de Aves

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente trabajo es plantear un programa de desarrollo estratégico, que enfatice sobre los requisitos de sostenibilidad y competitividad turística, y que incluya los actores, los productos y las propuestas de actuación necesarias para asegurar el éxito. Se pretende diseñar un modelo de aplicación práctica a la realidad estudiada, intentando asimismo, en base al enfoque holístico adoptado, servir de base para su aplicación en otros destinos.

Siendo las islas Canarias una región líder para el mercado turístico europeo generalista, el interés del caso radica en las excepcionales condiciones de biodiversidad presentes y en el singular desarrollo turístico que ha experimentado la actividad, la cual, desde sus comienzos, se ha visto impulsada por los grandes turoperadores y por el importante flujo turístico - más de 10 millones de personas anuales - que atrae el destino.

A pesar de los esfuerzos de gestión y de las medidas adoptadas desde la agencia de medioambiente regional, la presión comercial ha provocado que el destino, como destino de turismo de avistamiento de cetáceos, entre en una fase de decadencia, estando sometido a una fuerte componente de competitividad y a una situación de desequilibrio y descontrol. El resultado ha sido que la oferta no ha podido o sabido desarrollar completamente la esencia que una actividad de observación de naturaleza puede ofrecer.

En base a una extensa labor de documentación, a la observación y la participación directa en la actividad, y a entrevistas con responsables de empresas operadoras del servicio, se pretende definir las condiciones cuantitativas y cualitativas que describen el sector y que caracterizan y condicionan su desarrollo, incluyendo magnitudes, prioridades y relaciones. Éstas, junto con los principios y elementos de sostenibilidad y competitividad turística adaptables al caso, serán utilizados como base del programa que se construya

Se realiza un vasto análisis de las ventajas competitivas en las que puede apoyarse el programa, con un doble enfoque. De un lado, se considera un enfoque "macro" que incluye la idiosincrasia de las especies objetivo de la actividad, los esfuerzos de conservación e impulso de las organizaciones internacionales para promover el turismo de avistamiento de cetáceos como uso no letal de los cetáceos, y los mandatos internacionales que rigen la conservación de las especies y del hábitat marino-costero. Se han incluido las ventajas que derivan de la esencia de la actividad turística como vector de conservación y de desarrollo de oferta y actividad turística.

Una segunda parte del análisis se ha centrado en el marco regional-local de competitividad. En él, se considera el modelo de desarrollo turístico adoptado en la región de destino, las estrategias turísticas a nivel regional y nacional, los recursos

disponibles que ofrecen base de competitividad turística y las características cuantitativas y cualitativas del propio sector.

El estudio define el conjunto de actores y recursos integrantes del clúster turismo de avistamiento de cetáceos y las plataformas idóneas para el desarrollo de una oferta innovadora, competitiva y sostenible. Asimismo, se proponen diversos productos que, basados en el turismo de avistamiento de cetáceos o articulados con él, pretenden especializar la oferta turística para contribuir a la sostenibilidad y la competitividad del destino, definiendo espacios de sinergia con los recursos turísticos disponibles y con el modelo turístico existente.

En este sentido se ha definido también un conjunto de propuestas de actuación para maximizar la efectividad del programa, incluyendo aspectos que se refieren a: el incremento de calidad en la participación; la búsqueda de viabilidad y autosuficiencia financiera; el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación y la especialización en el encadenamiento comercial, la puesta en valor de entornos, equipamientos e instalaciones desaprovechados, el aprovechamiento de sinergias que ofrece la emprendeduría local; el monitoreo del grado de sostenibilidad medioambiental, social y económica alcanzado; la garantía de calidad del servicio ofrecido y de la actividad empresarial y profesional en el sector; y el potencial de expansión interregional y de trabajo en red.

El turismo de avistamiento de cetáceos tiene un importante valor como actividad turística. En el caso de Canarias, el valor se acentúa, porque el turismo de avistamiento de cetáceos ofrece alternativa de especialización turística y ello contribuye a generar nuevas dinámicas de actividad económica y cohesión social en torno a la actividad turística, que es el principal motor económico de la región. Además, un desarrollo turístico regional e interregional basado en el turismo de avistamiento de cetáceos es una válida y valiosa base para poner en valor los importantes esfuerzos de investigación, conservación y gestión de los recursos marinos y acercarlos al público a través de la dinámica turística.

En definitiva, el TAC se ofrece como valiosa vía para construir una imagen-región de destino de turismo de naturaleza marina singular que contribuya a la competitividad turística del destino, y como plataforma para impulsar el desarrollo de comunidades anexas. Canarias puede jugar un rol de referente por su experiencia en el sector, ejercitando así un importante liderazgo para nuevos desarrollos turísticos sostenibles.

## 1. INTRODUCCIÓN

El archipiélago de Canarias es, por la singularidad de sus condiciones naturales, por su situación geográfica y por la intensa actividad turística que desarrolla, un caso que ofrece enorme interés, de cara a la sostenibilidad de la gestión turística.

El interés de un estudio del caso en esta región es doble, porque permite, por un lado, definir los desequilibrios que el actual modelo de desarrollo turístico ha provocado y, por otro, determinar el avance cuantitativo y cualitativo que la oferta turística, diseñada y gestionada de acuerdo a los principios de sostenibilidad, puede generar en la región. En adición, la condición de archipiélago del destino turístico lo hace idóneo para dedicar un análisis al estudio del aprovechamiento turístico del medio marino y costero.

Las islas Canarias forman parte de una de las principales regiones turísticas a nivel mundial. El archipiélago se ha consolidado paulatinamente en el mercado europeo como destino destacado, presentando desarrollos notables a partir de los años 50-60, primero, y 80 después. El modelo turístico construido se ha basado en los atractivos originales más destacados: el buen clima, la tranquilidad reinante durante todo el año y las posibilidades de disfrutar de sus playas. Estos son los reclamos principales con los que se promete un elevado grado de confort y calidad al visitante.

Consecuentemente, la oferta turística en destino se ha canalizado principalmente a través del “sol y playa”. Se ha apostado por el establecimiento de grandes infraestructuras hoteleras que ofrecen un completo programa de servicios. Ello ha llevado a una notable transformación del territorio, con procesos urbanísticos desmedidos e incontrolados, especialmente en zonas costeras.

Otros recursos naturales y culturales (riqueza natural y paisajística, gentes, costumbres), que habían sido reconocidos como parte importante del atractivo original durante las fases primarias de desarrollo del destino, quedaron relegados a un segundo plano. Con el tiempo, se impuso la creciente tendencia de atracción de grandes masas de turismo generalista y, consecuentemente, la presencia de visitantes con motivación cada vez más limitada para conocer el destino.

En este proceso de maduración del destino, los esfuerzos de innovación de producto se han visto marcadamente influidos por la necesidad de dar continuidad de uso a la infraestructura construida, mantener el modelo organizacional y comercial instalado y hacer frente a los elevados costes económicos implicados.

La apuesta por la cantidad ha conllevado una concentración de oferta turística y un enfoque desequilibrado sobre los grandes negocios de oferta alojativa, eclipsando otros impulsos de especialización de producto basados en el patrimonio natural y cultural, el paisaje y las gentes del destino. Además, ha actuado a favor de la dependencia de los grandes actores internacionales de intermediación y transporte en la industria turística.

Esta dependencia se ha transmitido también a otros sectores de la oferta turística local. La inercia acumulada ha visto aumentado su efecto sobre el sistema socioeconómico y cultural de la región, por la desequilibrada dependencia del sector turístico: aproximadamente un 30% del producto interior y del empleo son aportados por este sector de actividad. Con el tiempo, se han materializado las carencias, las debilidades y el carácter insostenible del modelo turístico.

Durante los últimos años, han tomado fuerza algunos cambios en el mercado turístico: ha variado el perfil de la motivación del viajero y sus pautas de viaje; existe mayor y más rápido acceso a las fuentes de información, a la oferta del destino y a los medios de transporte, gracias a las TIC y la aparición de líneas



aéreas de bajo coste; son más notables las fluctuaciones en la demanda turística debidas a una mayor sensibilidad a catástrofes y acontecimientos mundiales (atentados, guerras, eventos y tendencias globales, crisis económica); existe creciente competitividad en el mercado turístico, con concentración de poder y prevalencia de los intereses de grandes jugadores en el mercado de intermediación turística.

El panorama se complica y agrava, si consideramos el efecto arrastre del sector sobre el tejido empresarial regional. Éste se ha caracterizado tradicionalmente por su atomización, es decir, por la mayor presencia de micro, pequeñas y medianas empresas. También por un pobre nivel de iniciativa a la emprendeduría y al asociacionismo y un deficitario sistema de distribución. A ello debe añadirse el deficitario impulso de cualificación especializada y mejora de la calidad profesional que durante décadas ha sufrido el sector (y la clase trabajadora local).

Todos estos aspectos han ayudado a poner de manifiesto las debilidades de la competitividad del destino, la obsolescencia del modelo existente y la necesidad de impulsar un replanteamiento del modelo, mediante iniciativas de diversificación y especialización de producto turístico.

Actualmente, se observa una tendencia de vuelta a los orígenes, a redescubrir los recursos naturales y culturales propios que hacen de Canarias un destino singular. No obstante, la puesta en valor de dichos recursos está condicionada por las tendencias globales, por los nichos emergentes de mercado (segmentos de oferta, mercados emisores) y, lógicamente, por las necesidades de cubrir los costes de mantenimiento y de rentabilidad que impone el modelo turístico de la región.

El turismo de avistamiento de cetáceos en las islas Canarias es uno de los más destacados a nivel mundial, por número de visitantes. Lo es también por la especial riqueza en biodiversidad de cetáceos de sus aguas y el inmejorable

marco natural que ofrece el destino para desarrollar la actividad. No obstante, el sector se ha visto integrado como una oferta más en el amplio abanico de atracciones turísticas creadas y puestas a disposición del visitante generalista que acude a las islas.

Existe un potencial, aún desaprovechado, que se basa en el reconocimiento de la propia esencia de la oferta, de su importancia para poner en valor los recursos que ofrece el medio marino y de su valor para contribuir con una oferta sostenible y un producto diferenciador, de cara a incrementar la competitividad turística de la región.

A ello, se añade la utilidad y los beneficios que la aplicación consecuente de los principios de sostenibilidad en este subsector turístico puede proveer al sistema socioeconómico regional, en términos de generación de ingresos y empleo, dinamización social y elevación del nivel de conocimiento y bienestar.

Junto con el peso de la inercia acumulada en el sector turístico, tanto por la oferta como por la demanda, otros aspectos deben ser considerados en cualquier planteamiento de incrementar la competitividad del modelo turístico regional. Tales son las limitaciones de un territorio fragmentado; la situación geográfica ultra-periférica al entorno comunitario europeo; los déficits estructurales del sistema productivo, y los relacionales y organizacionales; o la deficitaria tutela e interés por el medio marino en la región.

Por tanto, se impone todo un reto al turismo de observación de naturaleza marina, y en especial al que aprovecha la rica biodiversidad de cetáceos existente, singular en Europa, para contribuir al cambio del modelo turístico tradicional y al renacimiento de uno sostenible y competitivo, basado en calidad e innovación.

**Objetivo general:**

Proponer un programa de aproximación a la sostenibilidad y competitividad del sector turístico de actividades de observación de cetáceos (Turismo de Avistamiento de Cetáceos, TAC) en las islas Canarias.

**Objetivos específicos:**

- Definir la situación de partida que ofrece el caso del TAC en Canarias para la construcción del programa-modelo, en base a una descripción sintetizada del sector y de los factores internos y externos de sostenibilidad y competitividad que lo condicionan.
- Definir las utilidades, las limitaciones, los impactos y los riesgos del TAC como producto turístico sostenible y competitivo, en base a un análisis DAFO que incluya:
  - las necesidades de gestión del TAC y del entorno marino-costero aceptadas internacionalmente.
  - los condicionantes que impone el modelo de desarrollo turístico de Canarias.
  - las características de los elementos y relaciones propias del sector que son clave en términos de las teorías de competitividad y sostenibilidad turística.
- Explorar y aportar de forma secuencial las vías más adecuadas para materializar la integración de competitividad y sostenibilidad turística, incluyendo:
  - Clúster de recursos y actores participantes
  - Oferta turística.
  - Propuestas de actuación.

## 2. TURISMO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO: UN MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO CONCEPTUAL E INSTITUCIONAL

El que se pretende construir en este trabajo es un programa de desarrollo que se apoya en:

- Teorías sobre aspectos que definen la singularidad del modelo y que recoge la literatura de la doctrina correspondiente. Aquí se acude a la labor de los investigadores en torno a conceptos y a modelos teóricos de aplicación de esos conceptos. Se refiere a la base teórica de la sostenibilidad, de la competitividad y de la naturaleza de la actividad de avistamiento de cetáceos como segmento turístico.
- Conceptos inherentes a los mencionados aspectos o derivados de ellos, que adicionalmente se integran en la base teórica de trabajo y que aportan valor con su dimensión e implicaciones. Son los conceptos de “calidad”, “motivación del visitante” y “clúster turístico”.
- Otros componentes aportan valor teórico-práctico. Son las declaraciones y formulaciones teóricas institucionales, que han derivado de respuesta institucional frente a las necesidades de actuación y de la propia labor de investigación del mundo real. Han sido consideradas como base teórico-práctica fundamental, pues canalizan e impulsan la difusión de los hallazgos y conclusiones teóricas y ofrecen una referencia que guía, conformando una base común de actuación.

Algunos de los componentes mencionados se incluyen en este capítulo. Otros, con mayor implicación práctica y directa en el TAC, serán incluidos en capítulos posteriores, que se referirán al marco situacional práctico de la actividad. En ellos, se describirá “el estado de las cosas”<sup>1</sup> sobre: la labor institucional e investigadora internacional para la conservación de los cetáceos y para la gestión de sus poblaciones y del propio TAC; el valor de los cetáceos como recurso turístico; la

---

<sup>1</sup> Alude a la situación práctica real encontrada al tiempo de elaboración del trabajo.

industria turística a nivel global y las macro-tendencias que la caracterizan e influyen, con especial referencia a la política turística y la industria turística evidenciadas en el ámbito geográfico objeto del estudio; y las características cuantitativas y cualitativas del TAC en el destino.

## **2.1. Sostenibilidad turística**

La sostenibilidad turística deriva del concepto de desarrollo sostenible. El documento conocido como “informe Brundtland” se refiere a éste como *“un proceso de cambio en el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y de los cambios institucionales son consistentes con las necesidades futuras y presentes”* (UN 1987:25). La sostenibilidad se debe entender, por tanto, como un proceso de búsqueda del equilibrio de la presencia humana en el planeta, es decir, de minimizar los desequilibrios e impactos negativos provocados sobre el medio natural y sobre la propia sociedad.

Tradicionalmente, se han reconocido 3 dimensiones de sostenibilidad: económica, ambiental y social. Como describe la Declaración de Guácimo de la Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible *“el desarrollo sostenible se fundamenta en el crecimiento económico con equidad social, métodos de producción y patrones de consumo ecológicamente equilibrados, respeto a la diversidad étnica y cultural, fortalecimiento de la participación ciudadana, convivencia pacífica y en armonía con la naturaleza y garantía de la calidad de vida de las generaciones futuras”* (ALIDES, 1994).

El cambio continuo que marca nuestra presencia y evolución en el planeta implica la necesidad de promover procesos de innovación y mejora para dar respuesta a los desequilibrios que presentan esos 3 aspectos. Estos desequilibrios surgen de la acción-presión ejercida sobre el medioambiente, sobre los recursos naturales, sobre los medios creados por el hombre y sobre los propios recursos humanos,

éstos, como medios usados para desarrollar las ideas y como objetivos de actuación.

Consecuentemente, se generan dinámicas en todos los ámbitos: de degradación ambiental, provocada por la transformación del territorio y el uso continuado de los recursos naturales; de presión, insatisfacción, alienación y aislamiento, provocadas por los valores, condiciones y relaciones que se imponen en la perspectiva personal y que la sociedad acepta como referencia; y de carga, con las que es lastrado el eco-sistema y el sistema productivo y social, en las que deben considerarse los consecuentes costes económicos.

La sostenibilidad no se limita a un entorno inmediato ni a un plano físico (Meadowcraft et al. 2005), pues afecta a los valores morales y a la calidad de un sistema abierto e interconectado, en línea con el conceptualizado por Fritjof Capra (1998) bajo la denominación de “la trama de la vida”. Éste debe abordarse mediante un enfoque holístico, pues solo puede ser entendido desde la dinámica del conjunto (Capra, 2003).

Si bien algunos efectos de la sostenibilidad pueden evidenciarse a corto plazo, el efecto de referencia debe considerarse en el largo plazo. De la misma forma que se habla del “efecto arrastre del turismo”<sup>2</sup>, podemos hablar del “efecto arrastre de la sostenibilidad”, como multiplicador del círculo virtuoso que se pretende construir en base a los principios de sostenibilidad.

El instituto Wuppertal definió un modelo de sostenibilidad, denominado “*Prism of sustainability*”. Dicho modelo ahonda en la problemática de implementación de los principios de sostenibilidad e incluye las dimensiones social, económica, medioambiental e institucional. Esta última se refiere a los aspectos, elementos e interlocutores que viabilizan el funcionamiento del sistema y abarca no sólo a las

---

<sup>2</sup> Generalmente referido al efecto de dinamización económica que produce la actividad turística sobre el consumo y la inversión.

organizaciones, sino también a los mecanismos y las tendencias. (Spangenberg y Valentine, 1999).

En otras palabras, el modelo expresa que a las dimensiones fundamentales de sostenibilidad deben añadirse sus condicionantes y las vías para facilitar el funcionamiento de una estrategia de sostenibilidad. Así, a la necesidad de un enfoque holístico del desarrollo sostenible (en el tiempo y en el espacio), se añade la de considerar la casuística y las singularidades que caracterizarán su materialización, aumentando en complejidad y dificultad el reto de sostenibilidad.

El “Prisma de Sostenibilidad” considera las relaciones entre las dimensiones de sostenibilidad (eco-eficiencia, democracia, acceso a los recursos y su conservación, justicia y distribución de las cargas) y los imperativos a que se da lugar: limitar la presión sobre el medio físico hasta un nivel que asegure su equilibrio autosuficiente; reforzar la participación local en la toma de decisiones; facilitar el acceso a los recursos y la infraestructura productiva, garantizando la igualdad y el bienestar social y evitando la exclusión social; mantener un nivel de bienestar físico, a través de un sistema económico estable y competitivo que asegure a las personas el empleo y el acceso a los recursos básicos.

El modelo entiende, por tanto, el carácter de competitividad como un imperativo a desarrollar como pilar de sostenibilidad y en el marco de ésta.

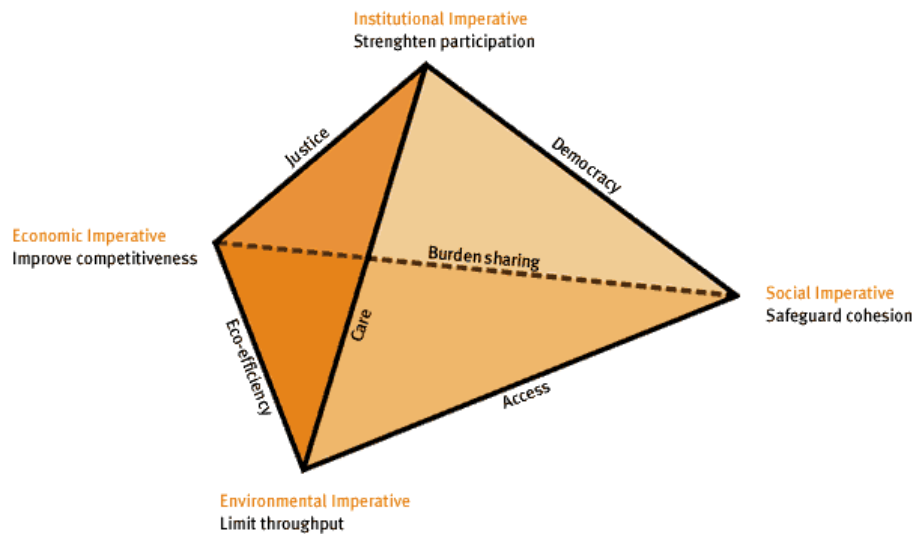


Figura 1: Prisma de sostenibilidad (Spangenberg & Valentine, 1999)

Recogiendo la relevancia que Meadowcraft *et al* (2005) otorgan al imperativo institucional, debe aclararse que la gobernanza es una faceta no solamente aplicable a los tomadores de decisión del ámbito público, pues consiste en la capacidad de ajuste de las relaciones societarias entre todos los agentes sociales públicos y privados para lograr adaptar las prácticas sobre las que basan sus funciones a las necesidades del desarrollo sostenible.

Los autores definen factores que consideran clave para integrar las dimensiones económica, social y medioambiental en la toma de decisiones:

- desarrollar un sistema de toma de decisiones interconectado entre instituciones a nivel local, regional, nacional, internacional y global en el que los tomadores de decisión garanticen la responsabilidad frente a las comunidades;
- modificar prácticas productivas insostenibles;
- mantener el apoyo político al ajuste a largo plazo a pesar de fluctuaciones, momentos críticos temporales o intereses electorales;



- e incorporar desarrollo sostenible a las prácticas educativas y culturales, códigos de conducta individuales y valores morales sociales.

Concretando sobre la sostenibilidad turística, la percepción de la aportación del turismo sostenible a un territorio ha evolucionado desde su consideración como complemento al desarrollo económico y “valor refugio” para la salvaguarda de la integridad de un destino y del bienestar de sus habitantes:

- La Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas reconoció la importancia del turismo como catalizador del desarrollo sostenible, por tener menor impacto que otras industrias, por fundamentarse en la apreciación de la cultura y la naturaleza local, por promover el compromiso del viajero con el desarrollo sostenible y por incentivar la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en los destinos (UN, 1999).
- En Europa, el V Programa de Medioambiente de la Comunidad Europea (CE, 1993) considera el turismo como uno de los determinantes sectores de actuación para impulsar el desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad, que debe ser abordado mediante la promoción de nuevas formas de turismo y de campañas de información y sensibilización.
- En su Declaración de Quebec (Cumbre Mundial de Ecoturismo, 2002), la Organización Mundial del Turismo instó a los participantes de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002) a reconocer, de un lado, la necesidad de aplicar los principios de desarrollo sostenible al turismo y, de otro, el papel modélico que para ello desempeña el ecoturismo.
- World Travel and Tourism Council aboga por considerar al turismo un ámbito clave de actuación estratégica que requiere prioridad, pues representa una vía para desarrollar negocios equilibrando economía con medioambiente, cultura y personas y un objetivo común para asegurar crecimiento a largo plazo y prosperidad (WTTC, 2003).

De forma paulatina, crece el número de personas físicas y jurídicas, instituciones y organizaciones públicas o privadas, locales o supranacionales, que cada dedican tiempo y esfuerzo a investigar, explicar, definir, promover, experimentar, gestionar, controlar y mejorar “turismo sostenible”. Los logros son cada vez con más significativos, frecuentes y afectan a cada vez más amplios grupos de intereses.

Se puede afirmar, por tanto, que a la actividad turística se le reconoce un rol ampliado, de creciente importancia y valor, tanto para favorecer el desarrollo personal y de las relaciones humanas, como para aprovechar los recursos de forma sostenible y para planificar el modelo de desarrollo socioeconómico de un territorio.

La OMT concebía el turismo sostenible como *“aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”*. Se aludía a los productos de turismo sostenible como aquellos que son *“operados en armonía con el entorno natural, la cultural y la comunidad local, de forma que éstos se convierten en beneficiarios permanentes, no en víctimas del desarrollo turístico”* (OMT, 1988).

En el acuerdo de Mohonk (New York, US, 2000), que sirvió de base para la elaboración de los “Criterios Globales de Turismo Sostenible”<sup>3</sup> (descritos más adelante), definía el turismo sostenible como aquel que *“busca minimizar el impacto ecológico y sociocultural, al tiempo que provee beneficios económicos a las comunidades locales y a los países que lo albergan”*.

La propia OMT define el turismo sostenible en su informe “El turismo en el año 2100” como *“aquel que responde a las necesidades de los turistas actuales y las*

---

<sup>3</sup> Más información disponible en <[www.sustainabletourismcriteria.org](http://www.sustainabletourismcriteria.org)>

*regiones receptoras, protegiendo y magnificando las oportunidades del futuro”* (citado por Reguero, 2004).

Son múltiples, por tanto, las evidencias de que el turismo ha pasado de ser mero objetivo de contribución a los principios de sostenibilidad medioambiental, social y económica a constituir un paradigma modélico de desarrollo en equilibrio.

Para pasar de la teoría a la práctica de la sostenibilidad, y respondiendo a la importancia del imperativo institucional, es necesaria una fuente aceptada y reconocida que “oficialice” los principios de sostenibilidad y las mejores vías de aplicarlos, en una primera instancia de gobernabilidad.

La OMT ha definido una serie de directrices para la gestión sostenible del turismo, aplicables a todas las formas y segmentos de turismo, *“incluidos el turismo de masas”*: dar un uso óptimo a los recursos ambientales; respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas; y asegurar actividades económicas viables en el largo plazo y la distribución de beneficios (empleo, ingresos, acceso a servicios, reducción de pobreza) entre todos los agentes de la comunidad de destino. Considera que la participación informada, el liderazgo político firme para lograr colaboración y alcanzar consenso, y la continuidad y el seguimiento de resultados son elementos indisolubles del turismo sostenible. Por último, alude a la importancia de la aportación del turismo sostenible a la satisfacción del visitante (OMT, 2004).

La necesidad de liderazgo también se ha de ver reflejada en el ámbito “macro”, En sostenibilidad, el papel de los países avanzados es clave, tal como fue reflejado en el Plan de Implementación elaborado con ocasión de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002). Lo es no solamente por las capacidades y los conocimientos que deben ser puestos a disposición a través de la cooperación internacional en virtud de la Declaración de La Haya (OMT, 1989),

sino por el rol de liderazgo que deben desempeñar y por los cambios que pueden influenciar en otras zonas del planeta. Lógicamente, este papel debe ser, subsecuentemente, asumido por las industrias y los agentes participantes de los respectivos sistemas nacionales de producción económica y de acción social, cada uno en su ámbito de actuación.

En 2005, OMT y PNUMA definían 12 metas para lograr la sostenibilidad de la actividad turística: viabilidad económica, prosperidad local, empleo de calidad, equidad social, satisfacción de los visitantes, control local, bienestar de la comunidad, riqueza cultural, integridad física, diversidad biológica, eficiencia de los recursos y pureza ambiental.

En el ámbito de la Unión Europea, la Comisión expone en una comunicación sobre el turismo europeo sostenible y competitivo (2007) los principios que deben regir la gestión de competitividad y sostenibilidad en turismo: enfoque holístico, planificación a largo plazo, adecuación del ritmo de desarrollo al entorno, integración de los accionistas, transferencia de conocimientos disponibles, minimización del riesgo mediante aplicación del principio de precaución, reflejo de los impactos en forma de costes con aplicación del principio “quien contamina paga”, definir la capacidad de carga y respetar sus límites, y desarrollar una labor continua de monitoreo.

Recientemente han sido presentados los Criterios Globales de Turismo Sostenible (CGTS). Se definieron tras un amplio trabajo de investigación y participativo liderado por la Alianza para los CGTS, que está integrada por 32 organizaciones internacionales públicas y privadas. Se trata de una iniciativa que persigue sentar una base común a nivel mundial para conocer, entender y reconocer la sostenibilidad turística y que pretende constituirse en la referencia de “requisitos mínimos de sostenibilidad” a que debe aspirar toda empresa turística. El conjunto

de criterios se centra en 4 dimensiones: planificación y gestión; sociedad y economía; patrimonio cultural; y medio ambiente.<sup>4</sup>

En esta evolución de la consideración del factor “sostenibilidad” en turismo, destaca la importancia atribuida al turismo para promover la identificación de la comunidad habitante y visitante con los principios de sostenibilidad. Además, se enfatiza sobre la responsabilidad de los agentes que intervienen en el proceso turístico (agentes de la oferta, tomadores de decisión de la administración pública, viajeros y población civil del destino) como catalizadores para materializar dichos principios y como modelos de actuaciones o de actitudes a seguir. El “*nuevo turismo*”, como expone WTTC (2003), depende de las responsabilidades que todos los participantes deben aceptar para contribuir al bienestar general.

Desde la perspectiva individual del viajero, la sostenibilidad se ha constituido para muchos en una renovada motivación al viaje por el mundo de los valores personales. Ello se traduce en una motivación para viajar por el mundo físico para ver materializados dichos valores y, consecuentemente, para reafirmarse en ellos. El hombre es protagonista para sí mismo, en primer lugar y como actor de beneficio comunitario, después.

Desde un enfoque de la colectividad, la sostenibilidad turística no se puede entender como una meta, sino como un proceso de cambio progresivo en la calidad de la experiencia turística. Retomando la visión de ALIDES y del *informe Brundtland*, esta experiencia debe tener al ser humano por protagonista, mantener el equilibrio sistémico y asegurar un desarrollo para todos. Es el propio sistema turístico el que debe buscar el protagonismo del hombre y reforzar el vínculo entre experiencia turística, sostenibilidad y responsabilidad.

---

<sup>4</sup> Algunos especialistas han comenzado un debate en torno a este conjunto de criterios y la propuesta de certificación, iniciativa a la que se acusa de “*inefectiva, injustificada, simplista y opaca*”. Más información en: [http://haroldgoodwin.blogware.com/blog/\\_archives/2010/2/4/4446887.html](http://haroldgoodwin.blogware.com/blog/_archives/2010/2/4/4446887.html)

Por tanto, la sostenibilidad turística apunta hacia la necesidad de innovar para mejorar la calidad turística de forma integral y en un doble sentido “sistema-usuario turístico”. En la visión turística, primeramente, y después, en la forma de planificar, aprovechar, desarrollar, gestionar e integrar los recursos, las actividades y las relaciones generadas a partir de “lo turístico”.

El vértice institucional del *Prisma de Sostenibilidad* va a ser un apoyo decisivo a la calidad de una experiencia, de una empresa, de un destino o de un territorio turístico y a su capacidad de permanecer competitivos. Esto es porque es el elemento que activa y vehicula la iniciativa humana y la vincula con la proclamación de intenciones, con la definición de reglas para el aprovechamiento de los recursos y con la toma de decisiones de productividad económica y desarrollo social.

## **2.2. Competitividad turística**

El término competitividad es complejo y difícil de definir, por ser un concepto relativo y multidimensional. Diferentes perspectivas han sido usadas en su abordaje, tales como la ventaja comparativa, la competitividad del precio, la estrategia y la gestión, la perspectiva histórica y sociocultural o el desarrollo de indicadores de competitividad nacional (Spence y Hazard; Waheduzzan y Ryans, en Dwyer y Kim, 2003).

Básicamente, la competitividad se puede entender como la capacidad para “innovar y mejorar” (Porter, 2003) o como la capacidad para aprovechar los recursos propios, heredados o adquiridos o las ventajas competitivas (Dwyer y Kim, 2003). Estos conceptos apuntan al incremento de calidad en las formas de aprovechar dichos recursos, a la priorización o cambios de usos y, consecuentemente, al estado de disponibilidad, mantenimiento y conservación a que dichos aprovechamientos llevan a esos recursos.

Como una de las bases teóricas más significativas y recurrentes en la literatura sobre la competitividad turística, el modelo “diamante de productividad” de Porter (2003) describe los determinantes de la ventaja competitiva:

- Las condiciones de los factores de producción (recursos e infraestructuras), en los que influirá la cantidad, el coste, la calidad y el grado de especialización de dichos factores.
- Condiciones de la demanda, con clientes informados y exigentes, y una elevada demanda especializada e innovadora.
- Sectores afines y auxiliares, con empresas y proveedores capacitados y sectores afines competitivos.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, es decir, las condiciones que rigen para la creación, organización y gestión de las empresas, las cuales deben fomentar la inversión y la mejora continua, y la naturaleza de la competencia entre ellas, que debe ser enérgica.

A estos elementos, Porter añade otros dos externos: la gobernanza y el azar. Si bien el modelo está originalmente referido a la ubicación del sector productivo industrial, puede considerarse su aplicación a un destino turístico o a un sector de actividad turística.

No sólo desde el punto de vista de la sostenibilidad ha evolucionado la consideración del turismo. Durante muchos años se ha ignorado el importante papel económico y social de la industria y la actividad turísticas, si bien esta opinión ha ido modificándose, tanto desde la visión de los gobiernos como de la población. (Crouch y Ritchie, 1999).

En la actualidad, la importancia del valor del turismo, como catalizador del desarrollo sostenible y como generador de empleo y promotor de infraestructura y actividad económica en las regiones, es oficialmente aceptada, como se expuso

anteriormente, y es creciente, a tenor de las estadísticas de evolución que presenta la industria turística a nivel mundial.

El modelo de competitividad de destino turístico, propuesto por Ritchie y Crouch (2003), se compone de dos pilares fundamentales: ventajas comparativas (recursos existentes) y ventajas competitivas (aspectos del aprovechamiento de dichos recursos). En medio de ambos, se sitúa un conjunto de elementos y aspectos de operacionalización de dichos fundamentos de competitividad:

- Atractivos y recursos clave, que son los que motivan la visita al destino (a).
- Factores y recursos de apoyo, que facilitan construir o desarrollar turismo de forma exitosa y equilibrada
- Política, planificación y desarrollo del destino, que forman el marco de trabajo en el cual se debe operar para asegurar que el turismo se desarrolla de acuerdo a los requisitos de competitividad y sostenibilidad y responde a las expectativas y aspiraciones de calidad de vida de los residentes (b).
- Gestión del destino. Es el aspecto más importante de materialización de la competitividad de un destino, pues incluye las actividades que ponen en práctica la política y la planificación estratégica, resaltan los atractivos clave, fortalecen los recursos de apoyo y se adaptan a los condicionantes y oportunidades que generan los determinantes de cualificación y magnificación (c).
- Circunstancias que no pueden ser controladas pero que condicionan el límite, potencial y la escala de la competitividad del destino, filtrando la influencia de los otros tres factores (a, b y c).

Los autores asumen que un destino opera en un “*entorno global (macro)*” en el que intervienen factores no específicos al turismo, como las macro – tendencias y los acontecimientos globales, y un “*entorno competitivo (micro)*”, netamente turístico, integrado por “organizaciones, influencias y fuerzas” que afectan



directamente a los objetivos de cada uno de los participantes del sistema turístico del destino.

El Observatorio LEADER (1999) realiza otro aporte de interés para este capítulo, y se refiere a su definición de *competitividad territorial*: la capacidad de asegurar la sostenibilidad ambiental, social y económica. Esta capacidad resulta de la capacidad para: evaluar el medio y considerar todos sus recursos de forma coherente; integrar a todos los participantes individuales e institucionales para promover la acción conjunta; integrar los diferentes sectores industriales en una dinámica de innovación para maximizar el valor añadido y su retención; y cooperar con otras áreas y estrechar las relaciones con otras las políticas supra-territoriales y con el contexto global.

El abordaje de competitividad territorial, para el que el enfoque a largo plazo es un elemento fundamental, define 4 componentes:

- Competitividad social o habilidad de actuar de forma conjunta y cooperar.
- Competitividad medioambiental o habilidad de hacer del medio natural del territorio su distintivo diferenciador, aprovechándolo al máximo al tiempo que asegurando su conservación y revitalización.
- Competitividad económica o habilidad para maximizar la creación y retención del valor añadido.
- Posicionamiento en el contexto global o habilidad para determinar la función del área en relación a otras y el “mundo exterior” y viabilizar un plan de desarrollo acorde al potencial.

Sin perjuicio del gran valor de este concepto de competitividad territorial, debe aludirse aquí a la consideración de Porter (2003) sobre el origen de la competitividad en las unidades de negocio. Es decir, si el territorio es base de competitividad, el segmento y, dentro de él, las unidades de negocio, deben ser las fuerzas impulsoras de tal competitividad. Porter señala algunas pautas de

actuación para mantener la ventaja de los factores y del sistema que conforman la base de competitividad:

- Estado
  - Crear factores especializados
  - No intervenir en los mercados de factores o de dinero
  - Crear normas estrictas sobre productos, seguridad y medioambiente
  - Limitar la cooperación directa entre sectores rivales
  - Promover objetivos que originen una inversión continuada (capacitación, innovación, infraestructura)
  - Liberalizar la competencia
  - Adoptar una política antimonopolista
  - Rechazar el comercio exterior regulado
- Empresa
  - Crear presiones para la innovación
  - Buscar estímulo en los competidores más capaces
  - Establecer sistemas alarma anticipada
  - Coadyuvar a la mejora de competitividad nacional
  - Encarar la rivalidad como algo beneficioso
  - Internacionalizarse
  - Desarrollar alianzas sólo selectivamente
  - Situar la base de operaciones en un país que propicie la ventaja competitiva

Este encadenamiento hacia el origen de la competitividad no se detiene en la unidad de negocio y debemos acudir a la competitividad de la capacidad emprendedora y, consecuentemente, la personal, para llegar al fin del trayecto. Como se menciona en el informe “Innovación Rural” (Observatorio Europeo LEADER, 2000), un elemento fundamental de la competitividad económica apela, como en el caso de la sostenibilidad, a la responsabilidad de los protagonistas en las comunidades locales y a la competitividad social que “deben” atribuirse.

Como se expone en el informe, la competitividad social va más allá de la cohesión y la integración social, pues pretende la construcción de una “*inteligencia colectiva en un proyecto territorial*”, que facilite la adopción del sentido de responsabilidad social y que permita “*relacionar los intereses individuales a los colectivos*”.

Este camino en busca de la competitividad no es sólo de ida. El valor que la competitividad social añade a la del territorio se refleja no sólo porque se favorecen los procesos consultivos y la comunicación de prioridades de los protagonistas, sino porque aumenta la capacidad de resolución de conflictos y de respuesta colectiva ante los retos socioeconómicos del desarrollo. El mismo informe se expresa considerando el agrupamiento vertical (intra-sectorial) y horizontal (intersectorial) de emprendimientos empresariales y profesionales como una de las vías para compensar situaciones deficitarias de competitividad social de los territorios.

Basado en el modelo de competitividad de destino turístico de Ritchie y Crouch (2003), Dwyer y Kim (2003) proponen una revisión en la que incluyen un bloque de recursos patrimoniales, recursos creados y factores y recursos de apoyo. Este bloque se conecta con dos categorías de factores: la gestión del destino y las condiciones de la demanda. En la primera se incluyen las actividades de planificación, gestión y desarrollo del destino, promoción, cualificación profesional y gestión del medio natural. Son aspectos que fortalecen el atractivo de los recursos patrimoniales, creados y de apoyo. Junto a aquella, una segunda categoría, de factores que generan atención, construyen la imagen percibida por la demanda y motivan sus preferencias. El entorno aporta condiciones situacionales que influyen positiva o negativamente sobre las anteriores categorías y, consecuentemente, sobre el potencial de competitividad del destino.

Ferreira, J. y Estevão, C. (2009) destacan la necesidad de sistematizar prácticas de competitividad para asegurar el éxito a largo plazo. Recogiendo diversas variables de modelos de competitividad de destino turístico existentes en la literatura y el conjunto de relaciones descritas por Porter para su *Diamante de Competitividad*, los autores proponen un modelo construido sobre tres elementos base (producto, destino y clúster turísticos), que consta de:

- condiciones de los factores (recursos de capital, humanos, infraestructura, higiene, accesibilidad, seguridad, naturales, culturales e históricos)
- recursos y atractivos turísticos
- existencia de industrias de apoyo y relacionadas (alojamiento, restauración, oferta de ocio, intermediación turística, actividades deportivas y culturales, oferta comercial minorista)
- Gestión de destino (marketing promocional, información turística, emprendeduría y proactividad empresarial y profesional, servicios de apoyo al turista, hospitalidad y amabilidad del personal)
- Gobierno
- Universidades
- Condiciones de la demanda
- Competencia, estructura y estrategia de mercado

Afirman que la competitividad del destino se vincula con la prosperidad regional y nacional y que la competitividad turística es únicamente un paso intermedio para elevar el nivel de bienestar de los residentes. Para representar ambos, configuran un conjunto de indicadores objetivos y subjetivos, relativos al destino y al bienestar socioeconómico regional y nacional.

Crouch (2006) considera la valoración por parte de especialistas y expertos como la más adecuada para proporcionar una estimación de la importancia de cada uno de los grupos de factores de competitividad y de los atributos individuales que los componen y propone en su estudio un peso relativo para cada uno de ellos.

Como menciona el autor, para medir la competitividad es necesario considerar los condicionantes y circunstancias de los recursos de las localidades en cuestión y las actitudes, las preferencias y la visión de las respectivas comunidades, pues en base a ellos se definen diferentes metas de desarrollo turístico e indicadores de competitividad.

El desarrollo de un ranking “oficial” de competitividad nacional de la industria de viajes y turismo ha venido de la mano del Foro Económico Mundial. Dicho ranking cuenta con el apoyo de los principales organismos y empresas internacionales de la industria del turismo. El método usado incluye la consideración de un conjunto de 14 pilares de evaluación y se refieren a regulación, sostenibilidad ambiental, seguridad, higiene, rol prioritario de la actividad turística, infraestructura de transporte aéreo, terrestre, infraestructura turística, infraestructura de TIC<sup>5</sup>, competitividad del precio, recursos humanos, afinidad a la industria turística, recursos naturales y recursos culturales (WEF, 2009).

Crouch (2007) ha criticado este ranking exponiendo claramente sus debilidades:

- ausencia de explicación de la base científica usada en su construcción: aparente desvinculación de los modelos de competitividad propuestos por los investigadores, incluyendo la omisión de variables de competitividad relevantes y un mecanismo de ponderación de variables.
- se generaliza la importancia de los objetivos de competitividad, obviando la priorización que deriva del caso concreto de cada industria turística nacional. Parece más adecuado evaluar el cumplimiento de los objetivos de competitividad en función del potencial individual de cada caso. Tampoco se consideran la diferencia de prioridades a que obliga la segmentación del mercado, especialmente para el caso de naciones con industria de menor escala orientadas de forma marcada hacia la especialización.

---

<sup>5</sup> Tecnologías de Información y Comunicación

- inconsistencia en aspectos de adecuación y confiabilidad de las encuestas base de los resultados, omisión de información acerca de la muestra usada y diferencia en el peso de las variables usadas, tanto de las “duras” (aquellas provenientes de datos estadísticos), como de las “blandas” (aquellas provenientes de valoración de expertos).

Crouch y Ritchie (2002) ya propusieron su propio modelo de sistema indicador de la competitividad turística de un destino (DCI), basado en 4 pilares - resultados económicos, sostenibilidad, satisfacción del visitante y gestión - y construido en base a datos de cuestionarios y de entrevistas a informantes especializados.

Siguiendo con el problema de la medición de la competitividad, por otro lado y en línea con la idea de la mejora del nivel de bienestar de la comunidad residente como resultado de la competitividad del sistema productivo del territorio, cabe pensar en otros indicadores para medir el efecto de una mejor posición de competitividad turística. En este sentido, han sido diversas las voces que se han alzado en el panorama internacional y las propuestas que se han generado en torno a la mejor forma de medir la competitividad de un territorio, con base a los aspectos que originan o resultan de dicha competitividad.

Como resultado de un estudio encomendado por el presidente francés a los premios Nobel Joseph Stiglitz y Martya Sen en 2008, el presidente francés Sarkozy ha puesto en evidencia la necesidad de adaptar las nuevas formas de medir el progreso a los cambios económicos y sociales, más allá de “la religión de la cifra”, en alusión al indicador tradicional del progreso económico de un país, el Producto Interior Bruto (PIB). La Unión Europea, a través de Comisario Europeo de Medio Ambiente, ha manifestado su posición al reconocer la debilidad del PIB de no recoger aspectos relevantes, tales como “*la limpieza del medio, la cohesión social o incluso el grado de felicidad de la gente*” (CE, 2009).

Además del ranking de competitividad (turística) ofrecido por el WEF, existen otras propuestas de medida de “éxito” de una sociedad o un territorio. Han surgido del programa “Happy Planet Index”, de la organización sin ánimo de lucro New Economics Foundation, de la evaluación de la Renta per Cápita en Paridad del Poder Adquisitivo (PPA) del Fondo Monetario Internacional, del “Human Development Index” de las Naciones Unidas (UNHDI), o del Índice de Satisfacción con la Vida (ISV). Asimismo destaca el caso de Bután, cuyo regente creó en 1972 el concepto de Felicidad Interior Bruta (FIB) como medidor de bienestar, que aplica en base a indicadores sobre acceso a sanidad pública, tiempo compartido en familias y costes ambientales o sociales del desarrollo.

Más concretamente sobre el sector del turismo, otros autores han ofrecido otra aproximación para la evaluación de competitividad de un destino turístico. Mazaro (2007) propone el modelo “*Comp&tenible*”, que integra tres dimensiones de evaluación (“3 efes”), que deben servir como referencia a cada dimensión de sostenibilidad: a) eficiencia en la forma en que se desarrolla y gestiona el destino; b) eficacia en términos de los resultados obtenidos; y c) efectividad en aspectos de sostenibilidad medioambiental y social. La autora pondera en su modelo el uso de datos cualitativos, por razones de disponibilidad, para favorecer su aplicación. Aunque está diseñado para destinos en los que la actividad turística es la principal actividad económica, el modelo aporta aspectos de gestión y de sostenibilidad turística que compensan las limitaciones del ranking de competitividad turística del WEF.

### **2.3. Clúster turístico**

Uno de los vértices de la pirámide de sostenibilidad se ancla en el aspecto institucional. Incluye el conjunto de actores que van a participar en las decisiones de desarrollo sostenible de un territorio, que van a verse afectados por ellas y que van a relacionarse sobre la base de dichas decisiones y a actuar en base a los mecanismos puestos en marcha.

Desde el enfoque de la competitividad, es también lógica y clara la necesidad de definir quiénes serán los participantes de las medidas a tomar y los interesados en las actuaciones a desarrollar. En su teoría de la competitividad, Porter alude al concepto de cúmulo (en inglés “clúster”), como el conglomerado de empresas activas en sectores afines y auxiliares de una determinada actividad productiva, que conforman uno de los vértices de su “diamante de productividad”.

El autor resalta los efectos positivos de la formación de estos cúmulos, no sólo por favorecer la actividad de sus proveedores, sino también por reducir costes de aprovisionamiento, ofrecer ventajas de acceso a recursos y a personal especializado en el sector de actividad, facilitar la integración vertical y la medición de resultados y por ofrecer complementariedad entre las actividades empresariales de los participantes, con lo que aumenta el valor añadido real y percibido por el consumidor final (Porter, 2003: 219-233).<sup>6</sup>

La ubicación de un cúmulo en un determinada parte de la geografía puede basarse la existencia de una serie de reservas de factores (trabajadores especializados, expertos investigadores, ubicación física favorable o buena infraestructura), pero también por existencia de demanda inusual, proveedores, empresas innovadoras o por acontecimientos aleatorios (ibíd., 2003: 243-245).

De este concepto ha derivado el de clúster turístico, que la OMT ha definido como *“el espacio geográfico en el que tiene lugar la totalidad de la experiencia turística”* (OMT, 2001: 70). Sheehan y Ritchie (2001) ya proponían una completa categorización de accionistas (actores participantes) de un destino turístico.

---

<sup>6</sup> En España, el M<sup>o</sup> de Industria, Turismo y Comercio ha otorgado en junio 2009 los primeros diplomas de reconocimiento oficial a las primeras 22 Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI) de Turismo, lo que les facilita el acceso todo tipo de ayudas y programas, especialmente enfocados hacia la PYME. Curiosamente, en la relación de agrupaciones no aparece ninguna de Canarias.



Concretamente sobre el TAC, uno de los más prolíficos investigadores en este campo a nivel mundial, ha elaborado una recopilación de los agentes que deben ser considerados en el desarrollo de operaciones de TAC en un destino, en una sencilla propuesta de formación de clúster. Aquí incluye profesionales relacionados con el sector, pequeña y mediana empresa operadora, compañías de cruceros, empresas turísticas de servicios de apoyo, agencias gubernamentales, clubes deportivos, ONG e investigadores naturalistas y medioambientales (Hoyt, 2007).

El Clúster Marítimo de Canarias, en su contribución al Libro Verde de la Política Marítima Europea, incluye los agentes turísticos de turismo marino y costero como integrantes de la agrupación. No obstante, las recomendaciones de actuación de mejora de competitividad que pueden interesar al TAC quedan limitadas a proponer acciones de mejoras de infraestructura, de empleo y de conservación de los recursos naturales, aunque sin referencia específica a la actividad turística. Por su parte, es también destacable que el Clúster Marítimo Español (CME) obvia los requerimientos de sostenibilidad y responsabilidad que surgen de la actividad de TAC y de la actividad de turismo de naturaleza marina en general.

#### **2.4. Calidad turística**

La OMT ha definido la calidad en turismo como *"el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural"* [Definición preparada y modificada por el Comité de Apoyo a la Calidad de la OMT en su sexta reunión (Varadero, (Cuba) 9 y 10 de mayo de 2003)].

Desde la OMT se han venido destacando la calidad como un elemento de motivación al viaje, concretando algunos aspectos que son considerados como clave, tales como los de seguridad e higiene alimentaria, accesibilidad turística, símbolos de información pública, gestión empresarial, normas de los servicios de apoyo (infraestructuras, de información y comunicación, financieros) y la necesidad general de armonización de criterios (OMT, 2005).

La importancia de aplicar unas normas de calidad en los destinos turísticos ha venido reflejada desde el ámbito de lo público (programa Agenda 21), pero también desde la diversidad de iniciativas de sistemas de sostenibilidad que han aparecido desde la emprendeduría privada o en colaboración con ella (Green Globe o los mencionados Criterios Globales de Turismo Sostenible, entre muchos otros), además de las muchas normas de calidad de gestión empresarial y marcas específicas de calidad que han surgido en el mercado turístico o que han tenido aplicación en él.

Uno de los principales especialistas en calidad es Parasuraman, cuyo modelo SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) ha sido frecuentemente usado como base para la aplicación de estrategias y políticas de mejora de calidad turística. Dicho modelo se basa en la necesidad de atender a 5 puntos focales de calidad y cubrir las brechas generadas: las expectativas de visitante para conocer, la capacidad del empresario para reconocer y definir estándares de calidad, una transmisión de la oferta que sea realista y capaz de motivar; el servicio efectivamente ofrecido; y otras “reglas del juego”, tales como regulación, fomento y relaciones públicas.

Vistos los anteriores conceptos, puede argumentarse que los cambios que se inicien en favor de la mejora de la sostenibilidad y competitividad turística deben extender el análisis de brechas de calidad, pues se va requerir atención sobre los aspectos de calidad de:

- la participación de los emprendedores turísticos (visión, motivación e iniciativa)
- la unidad empresarial (gestión y desempeño del negocio)
- el aprovechamiento de los recursos (naturales, artificiales y humanos)
- los productos y servicios turísticos (tanto los diseñados por la empresa como el modelo de desarrollo turístico aplicado al destino)
- las características del producto tangible y la prestación efectiva de los servicios (calidad percibida por el cliente)
- la demanda turística atraída (interés, compromiso, integración y reconocimiento)
- las relaciones económicas y sociales generadas en torno a la actividad turística (es decir, entre demanda turística, operadores turísticos, gestores públicos y población local: la puesta en mercado y el encadenamiento comercial), incluidas las comunicaciones
- la gestión de procesos internos administrativos y políticos (gestión turística del destino y cogestión con otros sectores relacionados: mercado de trabajo, educación, cultura, investigación, medioambiente)
- la participación de la sociedad civil (interés, información, motivación, integración, reconocimiento).

Son, por tanto, criterios de calidad adicionales a los que deben considerarse en la relación “ofertante de productos y servicios - cliente” para asegurar la sostenibilidad y la competitividad, tanto para la oferta en sí como para el sector completo o el propio destino turístico.

## **2.5. El Turismo de Avistamiento de Cetáceos y la motivación turística**

Tras la moratoria mundial a la caza, comenzada en 1963, la Comisión Ballenera Internacional (CBI) adoptó la problemática de la actividad de observación de cetáceos como alternativa de uso no letal de los cetáceos. En 1994, el Comité de Conservación, creado para guiar el compromiso adquirido, definió la actividad

como “*la observación de cetáceos libres en su medio natural, incluyendo la actividad humana realizada desde cualquier plataforma (embarcaciones, aeronaves, tierra), nadar con y alimentar cetáceos*” (IWC; 2004).

Hoyt se refería a ella como “*tours en barco, avión o desde tierra, organizados o no, ofrecidos con algún carácter comercial para observar / oír alguna de las 80 especies de ballenas, delfines o marsopas*” (1995) e incluía a aquellos tours de naturaleza y cruceros en los que las ballenas o delfines constituyen un aspecto destacado de la actividad.

El mismo autor aludía a la actividad realizada con fines educacionales, científicos o recreativos, y al enfoque comercial de la actividad como uno de sus aspectos característicos más ampliamente aceptados. Señalaba que el avistamiento de cetáceos surge como extensión de las actividades de observación de aves y distinguía la oferta de calidad por incluir otras especies de fauna marina “*para atraer a más personas y ofrecer un más completo programa de interpretación ecológica*” (en Würsig, 2002).<sup>7</sup>

Para este trabajo se ha entendido el TAC como la actividad turística organizada que tiene como atracción principal la observación de cetáceos libres en su medio natural, realizada desde cualquier plataforma de observación en el mar, desde tierra o en el aire, ofrecida para generar una experiencia emocionalmente satisfactoria, impactante y constructiva, en base a un encuentro cercano con los animales, con su hábitat y con las relaciones y valores a que han dado origen.

Se analizan a continuación los conceptos relacionados en la anterior definición. La referencia al medio natural se entiende fundamental en el TAC. Aquí se deben traer a colación dos aspectos:

---

<sup>7</sup> Se sobreentiende como una calidad no necesariamente construida sobre la cantidad como meta, sino sobre la cantidad suficiente para asegurar una cobertura de costes de mantenimiento del proyecto comercial, incluyendo costes operativos, de adaptación al cambio y de mejoras necesarias para asegurar competitividad.

1. “Turismo de naturaleza”, definido como *“toda forma de turismo en la que la motivación principal del turista sea la observación y apreciación de la naturaleza”* (OMT, 2002).

Para el concepto de “ecoturismo” existen múltiples definiciones, siendo especialmente destacable, desde el punto de vista del viajero, el aporte de Honey (2008: 6) recuperando la definición de TIES: *“el ecoturismo es viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”*.

Desde diversos foros, organizaciones e instituciones internacionales se ha definido un conjunto de características diferenciadoras del ecoturismo como actividad y oferta turística. Estas características explicitan y amplían el ámbito de los efectos producidos y de las responsabilidades de los agentes participantes:

- *turismo cuya motivación principal es la observación y apreciación de la naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en la zona.*
- *se presta mejor a los viajeros independientes y grupos de tamaño reducido.*
- *generalmente, aunque no exclusivamente, son pequeñas empresas locales especializadas las que organizan, gestionan y comercializan y a veces son operadores extranjeros.*
- *procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.*
- *incluye elementos educacionales y de interpretación del patrimonio natural y cultural del destino*
- *provee experiencias positivas para visitantes y anfitriones y aumenta sensibilidad al entorno político, ambiental y social del país anfitrión*
- *contribuye a la protección de las zonas naturales: generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas; ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades*

*locales; e incrementando la concienciación sobre conservación del patrimonio natural y cultural, tanto entre los habitantes de la zona como entre los turistas.*

- *incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar,*
- *apoya acuerdos internacionales sobre derechos humanos y laborales*

(Fuente: TIES, OMT, PNUMA. Concept Paper Año Internacional del Ecoturismo, 2001 y Declaración de Quebec, 2002)

El TAC es, por tanto, en esencia, un segmento de turismo de naturaleza, que idóneamente encaja como segmento de ecoturismo, aunque no exclusivamente, y sin perjuicio de la posibilidad de ampliar o modificar el segmento de mercado objetivo mediante articulaciones y combinaciones en el diseño del producto turístico.

Tal como se menciona en el informe sobre el mercado europeo de ecoturismo (FODESTUR, 2005) este concepto no sólo varía de un país a otro, sino también en el interior de un mismo territorio. Esto debe tenerse en cuenta a la hora de abordar los mercados emisores, de la misma forma que debe hacerse con la imagen del destino (imagen-destino o imagen-país) que pondera en los respectivos mercados de origen.

2. En cualquier caso, los impactos, las reacciones y las relaciones que la acción antropogénica impone al entorno natural de un territorio son recursos con potencial turístico, pues forman parte de su historia, su presente o su futuro. El informe final de la Cumbre Mundial de Ecoturismo (2002:19) hacía alusión a un déficit de énfasis de las comunicaciones de la oferta turística “sobre aspectos sociales, ambientales y de sostenibilidad”.

Por la necesidad de aplicar un enfoque sistémico a la sostenibilidad turística, debe ampliarse el foco de atención desde el ecosistema natural hasta el resto de componentes y recursos turísticos de ámbito sociocultural, el propio sistema de producción de turismo y el conjunto de relaciones y reacciones humanas generadas por la actividad turística en todos los agentes participantes. Esto es, deben incluirse como componentes del TAC la historia, el presente y el futuro de la interacción entre los cetáceos y el ser humano, incluyendo los efectos del desarrollo del propio TAC.

En posteriores capítulos se ahondará en el alcance de la relación “TAC – desarrollo turístico sostenible y competitivo” mediante la aplicación práctica al caso de estudio: de un lado, evidenciando la relación con otros segmentos de oferta turística a los que el TAC puede servir de base o complemento; y de otro, se pondrá de manifiesto el valor que los recursos naturales, culturales, artificiales y humanos relacionados o articulados con el TAC pueden añadir a la oferta turística del territorio para apoyar la visión de sostenibilidad y competitividad.

Con respecto a los términos “satisfactoria” y “constructiva”, vienen integrados en el concepto de ecoturismo. El Código Ético Mundial para el Turismo (OMT, 1999) ya destaca el valor del turismo como instrumento de entendimiento y respeto mutuo, de desarrollo personal y colectivo y como vector de libertad de desplazamiento. El sentido que se le debe atribuir a la emoción y la experiencia turísticas va más allá del aprendizaje, la sensación de integración con el destino o el impacto benefactor imaginado, pues aquellas se construyen desde el mismo momento en que el potencial viajero sopesa responder a la motivación que le inclina a desear tener una determinada experiencia.

En este sentido, debe cuestionarse, por un lado, sobre las motivaciones y expectativas del potencial usuario de TAC y, por otro, sobre los que el TAC puede y debe ofrecerle.

En relación a la primera cuestión, Kay (2003), en su revisión de los abordajes de estudio de la motivación del turista, describe la enmarañada amalgama de enfoques que se han utilizado para entender o medir la motivación que lleva al turista a planear o tener una experiencia turística. La autora sintetiza en 4 los más recurridos y son los basados en necesidades, en valores, en beneficios procurados u obtenidos y en expectativas generadas. Junto a éstos, existen otros factores, igualmente válidos, que han sido usados para indagar la motivación turística: emociones, autenticidad, hedonismo, aversión al riesgo, rol de las preferencias o relación entre información y riesgo percibido.

Otra destacable teoría de la motivación turística es la de factores “push – pull” (Crompton, citado por Kay, 2003). En ella se definen 7 factores socio-psicológicos (huida del entorno ordinario; exploración y evaluación del yo; relajación; prestigio; regresión; refuerzo de las relaciones con familiares o con similares; impulso de la interacción social) y 2 culturales (novedad y educación). Los primeros originan la motivación por una necesidad de cambiar la rutina e influyen respectivamente en la decisión de realizar un viaje turístico, primero. Los factores “pull” influyen sobre la elección del destino, después.

Uno de los elementos de motivación más recurrentes durante los últimos tiempos ha sido el reconocimiento de que el turismo debe necesariamente ofrecer una emoción “diferente” o poco usual, que cause impacto por su singularidad.

Si esta emoción debe ser impactante, el impacto debe ser entendido desde la calidad y la intensidad, no necesariamente desde la magnitud. Elementos alejados de “la gran escala” pueden ser clave en el objetivo de ofrecer una emoción impactante, por ejemplo, intentando hacer percibir el servicio como personalizado, individualizado y cercano; o fomentando la participación activa y la interacción durante la experiencia, como base para su satisfacción y fidelización; estrechando



los vínculos post-experiencia; u ofreciendo un espacio de información y referencia fiable, ameno y dinámico en torno al tema de la experiencia ofrecida.

Coleman e Iso-Ahola (1993) argumentan que la participación en actividades de ocio facilita el afrontamiento de eventos estresantes. Por una parte, se ha comprobado que la percepción de la disponibilidad de apoyo social representa un importante alivio para reducir el estrés cotidiano (Iso-Ahola y Park, 1996). Aquellas actividades de ocio que, por su propia naturaleza, tienen un importante componente de interacción social, facilitan la percepción de apoyo través del compañerismo y de la amistad (McCormick y McGuire, 1996).

A pesar de las críticas y limitaciones que se le atribuyen, la “Tª de la Jerarquía de Necesidades” (Maslow, 1943), concebida para su aplicación al campo de la psicología clínica, sigue siendo considerada una herramienta válida para el marketing turístico y para el estudio de la motivación turística.

Ante la diversidad, y sin prejuicio de que se puedan desarrollar estudios específicos más profundos de segmentación y generalizables para posicionar adecuadamente el producto TAC en el mercado y comunicar de forma más directa y efectiva al usuario potencial, no parece descabellado abordar los conceptos “*satisfactoria, impactante y constructiva*” desde la integración de lo que la experiencia concreta de TAC debe ofrecerle, con la ayuda del modelo de Maslow.

En los escalones inferiores de la escala de Maslow se hallan valores relativos a la fisiología y la seguridad, es decir aquellos que le permiten disfrutar de un confort físico. Estos son valores básicos que debe ofrecer toda experiencia turística, pues se hallan en los escalones básicos de las necesidades del turista, como expone Janer (2004).

Los dos siguientes en la pirámide de Maslow tienen que ver con la afiliación y el reconocimiento. Janer sitúa a este nivel el acceso a la experiencia turística y la calidad de la misma y podríamos englobarlos en el marco del confort mental “operativo” o “consciente”. Es decir, aquellos valores que el viajero más conscientemente busca respuesta.

Si bien Janer excluye el precio, se puede considerar que, tanto a priori como a posteriori, va a estar incluida la percepción de la relación entre coste (recursos financieros, de tiempo y de esfuerzo personal invertidos) y beneficio (experiencia vivida y servicios recibidos) y por tanto va a influir en la calidad percibida de la experiencia.

El último escalafón de Maslow se corresponde con la auto-realización. Janer lo adscribe a la conciencia, entendida ésta como un generador de principios motivadores. Pero precisamente tiene que ver con el confort mental “inconsciente” de valores, con la respuesta a unos principios personales de filosofía de vida que son más raramente traídos a conciencia. Maslow (1943) expone que cualquier teoría explicativa de las motivaciones humanas deberá enfatizar sobre las motivaciones “inconscientes”, ponderando sobre las conscientes.

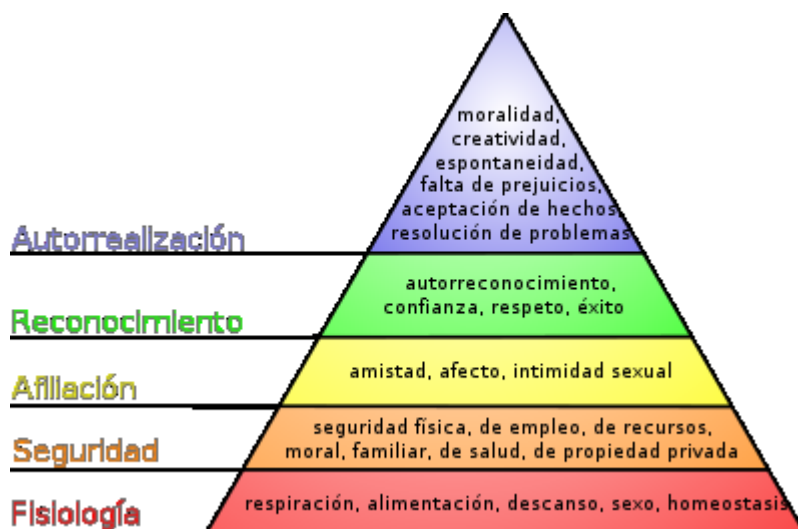


Figura 2: Pirámide de jerarquía de necesidades (Maslow, 1943). Fuente: [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)

Como menciona el autor, *“la compleción integral del individuo debe ser una de las piedras fundamentales de la teoría de la motivación”*. La implicación para el ámbito del turismo es que la emoción turística ideal debe también tender a responder de forma integral, para que sea del todo efectiva – “competitiva”-, cubriendo las necesidades del viajero. Es decir, la emoción debe ser “positiva”, porque supere el coste emocional de los recursos invertidos, “plena”, porque se lleve al plano de la consciencia la gran cantidad de aspectos motivacionales cubiertos y “única” porque refuerce y magnifique con su singularidad el beneficio emocional percibido.

Desde el punto de vista de su diseño, un producto turístico competitivo de éxito debe reunir, además de calidad (en sus múltiples vertientes que pueden afectar a la calidad percibida por el usuario), una experiencia cuyo valor compense los costes sufridos por el viajero (tiempo, económicos o de valores). Debe por tanto, además de intentar cubrir sus necesidades, reunir condiciones de innovación, singularidad, autenticidad, flexibilidad- diversidad y ser fuente de una emoción.

Por tanto, el TAC debe estar en disposición de ofrecer una experiencia de vida en la que los beneficios emocionales (recompensas) superan los costos emocionales (esfuerzos) y en la que se cubran, sean procuradas de forma consciente o no por el usuario, un conjunto de elementos:

- Emoción agradable: seguridad, tranquilidad, armonía, alegría, belleza, amenidad, entretenimiento, libertad de opción, prestigio, autocomplacencia.
- Emoción impactante: rompe barreras personales, expande límites de actitud y visión, tiende puentes con la realidad visitada.
- Emoción constructiva: integra autenticidad, descubrimiento, novedad y aprendizaje.

Y ello, idóneamente, antes, durante y después de la experiencia turística vivida, alargando lo más posible en el tiempo dicha experiencia, generando en la persona

nuevas inquietudes, deseos, necesidades, intereses y motivaciones con las que pueda seguir construyendo en su auto-realización.

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

El presente Proyecto Final de Graduación se ha desarrollado en base a una investigación mixta. Se ha llevado a cabo una amplia labor de documentación, que se ha complementado con un trabajo de investigación de campo en el área de estudio. El objeto ha sido establecer nexos de unión teórico-prácticos y definir un espacio de trabajo común a los objetivos perseguidos, la teoría fundamental y la situación real de partida del caso analizado.

#### **3.1. Fuentes de información**

Para la elaboración del trabajo se ha acudido a fuentes de información primarias, tomando parte en las excursiones de avistamiento de cetáceos ofrecidas en las islas de La Palma, La Gomera, Tenerife y Gran Canaria y realizando entrevistas a los empresarios y responsables de las empresas operadoras de TAC, así como a técnicos de las administraciones de puertos y administraciones públicas de medioambiente y turismo en el área de estudio

Otra información se ha extraído de fuentes secundarias diversas: estadísticas oficiales de las administraciones públicas con competencias en el área de estudio, cuestionarios diseñados específicamente para el objeto del PFG y otras bases de datos cuantitativos y cualitativos y textos disponibles en internet.

#### **3.2. Métodos de Investigación**

Partiendo de un enfoque holístico, se ha abordado el estudio del caso con un método analítico-sintético. El trabajo se ha enfocado sobre las componentes que se han considerado como garantes de diferenciación y éxito del programa-modelo que se propone. Se ha delimitado la base teórica y práctica de los elementos clave de sostenibilidad y competitividad turística que lo caracterizan y condicionan, tanto

desde un punto de vista general como específico a la actividad turística objeto del estudio.

El proceso de análisis se ha aplicado desde la base teórica de sostenibilidad; desde los condicionantes que surgen del marco institucional turístico, medioambiental y de desarrollo sostenible; y desde la situación real del área de estudio. La fase de síntesis confluye en un conjunto de propuestas con el que se ha construido el programa-modelo, para el que se han considerado los requisitos de sostenibilidad y competitividad analizados y el potencial de actuación detectado.

Específicamente, los métodos aplicados se basan en la observación estadística y la observación directa y por entrevista, y han sido complementados con observación con cuestionario.

### **3.3. Técnicas aplicadas, procesamiento y análisis de la información**

Se realizan entrevistas a propietarios y responsables de empresas locales de TAC con autorización oficial en 2009, o que la hayan solicitado antes de entrada en vigor de la nueva regulación (n= 25).<sup>8</sup> Las entrevistas se estructuran en dos partes: cuestionario y entrevista en profundidad semi-estructurada.

Dados el estancamiento cuantitativo y cualitativo que ha mostrado el sector TAC durante los últimos años en Canarias (Elejabeitia y Servidio, 2002) y el efecto de la crisis financiera, se pretende determinar en qué medida los empresarios (responsables de empresa operadora de TAC) valoran y relacionan diversos principios y actuaciones de sostenibilidad ambiental, social y económica como oportunidad para mejorar las condiciones de la actividad y del sector. Aquí se

---

<sup>8</sup> Ley 14/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias

intenta medir la prioridad que los tomadores de decisión en el sector empresarial adscriben a las cuestiones concretas presentadas.

A tal efecto, se diseña cuestionario evaluativos con elementos categorizados y una escala de valoración de 5 niveles posibles de respuesta (1= nada; 2= poco; 3= algo; 4= bastante; 5= mucho), del tipo Likert (1932). Dicho cuestionario incluye 57 cuestiones, agrupadas en 8 bloques temáticos (7 específicos y 1 sobre conceptos generales de sostenibilidad):

- Desarrollo de la actividad turística
- Minimización de riesgos e impactos sobre los recursos
- Gestión pública
- Aspectos de comercialización de la oferta
- Empleo y formación profesional
- Investigación y divulgación
- Aspectos de estrategia a largo plazo
- Conceptos generales de sostenibilidad

El proceso continúa con entrevista en profundidad semi-estructurada. Se ha considerado como tal *“una conversación entre dos personas, un entrevistador y un informante, dirigida y registrada por el entrevistador con el propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental –no fragmentado, segmentado, pre-codificado y cerrado por un cuestionario previo- del entrevistado sobre un tema definido en el marco de una investigación.”* (Alonso, 1993).

La estructura de dicha entrevista comienza sobre la base de aclaraciones solicitadas sobre puntos concretos del cuestionario realizado y de preguntas directas a los entrevistados sobre dificultades, motivaciones y beneficios relacionados con el desarrollo del TAC.

El objetivo de esta parte es, *“a través de la recogida de un conjunto de saberes privados, la construcción del sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia de ese individuo”* (Alonso, citado por Callejo et al, s.f.), para poder comprobar cómo se entienden los principios de sostenibilidad y de qué forma éstos motivan pensamientos y actuaciones en el sujeto.

En definitiva, la entrevista es de corte motivacional, pues se quiere ahondar en aquellos aspectos que guían, condicionan o caracterizan el desarrollo del emprendimiento TAC y la filosofía empresarial adoptada, permitiendo mayor libertad a los entrevistados a la hora de exponer su discurso.

El proceso de entrevista se inicia con presentación del estudio y solicitud de cita, vía telefónica. Como alternativa, se envía el cuestionario en formato digital por correo electrónico. Se establece un tiempo aproximado de 75 minutos como duración total de la entrevista.

Por servir como complemento al prevalente corte cualitativo del estudio, el análisis de datos cuantitativos comprende análisis de media, mediana y moda, y se realiza considerando los fenómenos de deseabilidad social y aquiescencia que hubieran podido surgir en el desarrollo de la entrevista con cuestionario.

La sistematización y tratamiento de datos obtenidos se realiza una vez concluida la fase de entrevista en soporte digital y mediante programa Excel.

El análisis de los factores de sostenibilidad y competitividad se ha llevado a cabo en base a una matriz de análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (matriz DAFO<sup>9</sup>).

---

<sup>9</sup> Denominada SWOT en inglés, por “Strengths”, “Weaknesses”, “Opportunities”, “Threats”). Numerosos autores lo han atribuido al trabajo desarrollado por Albert Humphrey durante su labor en el Stanford Research Institute (US) en las décadas de los 60 y 70. No obstante, no existe unanimidad respecto a su verdadero origen (más información: [http://www.marketingteacher.com/SWOT/history\\_of\\_swot.htm](http://www.marketingteacher.com/SWOT/history_of_swot.htm)).



En este tipo de análisis se consideran factores de situación internos (debilidades, fortalezas) y externos (amenazas, oportunidades) al caso de estudio en cuestión, para facilitar la visión sobre la mejor forma de aprovechar las ventajas y limitar las desventajas que dichos factores provocan.

Se ha acudido a este tipo de análisis, frecuentemente utilizado en la planificación estratégica, por su estrecha relación y consistencia con las teorías de los factores de competitividad y de competitividad turística usadas como base para el trabajo y explicadas en el marco teórico.

#### **4. MARCO SITUACIONAL I: MARCO INSTITUCIONAL Y LABOR INVESTIGADORA EN TORNO A LOS CETÁCEOS Y EL TAC**

El presente trabajo se fundamenta en el valor del TAC como segmento de actividad turística en las islas Canarias y en su aportación a la estrategia de sostenibilidad y competitividad del destino. De acuerdo con los principios teóricos vistos, el enfoque sistémico que se requiere debe extenderse más allá de la consideración aislada del estado de los recursos, los agentes participantes, el encadenamiento y la estrategia comercial, los límites del territorio geográfico en el que se desarrolla la oferta o la temporada turística.

Ello, sin perjuicio de que sean todos ellos componentes a considerar para el constructo, al igual que deben ser otros aspectos que, en base al ciclo de vida del turismo (Butler, 1980), han propuesto para el TAC diversos autores. Tales son las fases de actividad turística Kaufmann (1996), los cambios en la reacción de la comunidad receptora Forrestell y Doxey (1975) o los diferentes perfiles de los participantes Duffus y Dearden (1990) (Hoyt, 2007).

El estudio analiza de forma no fragmentada, integral y holística la realidad en la que se desenvuelve el TAC. Ello impone un amplio marco situacional de base para construir las propuestas de actuación. El marco expuesto a continuación pretende tener en cuenta la influencia que la esencia del TAC, la inercia acumulada por el juego de fuerzas gestoras y relaciones generadas y el papel actual del TAC como segmento turístico a nivel mundial, pueden tener en el desarrollo de las propuestas a plantear. Tomando como referencia los marcos global y competitivo (Ritchie y Crouch, 2003), se atenderá a dos ámbitos de situación de partida:

El marco global está integrado por elementos que, aunque más alejados, no directamente influyentes e incontrolables, aportan una referencia de situación y

valor a la inteligencia de mercado, elementos que contribuyen a mejorar la eficacia de la estrategia de desarrollo sostenible y competitivo. Aquí se incluye:

- Una referencia a los esfuerzos de conservación y gestión de los recursos naturales base de la actividad
- Una referencia a la esencia de la actividad y a las directrices relativas a su desarrollo más comúnmente aceptadas, pues informa del potencial turístico inherente y sirve de apoyo a la visión de sostenibilidad.
- Una referencia a la relevancia del segmento de TAC en el concierto turístico global. Ésta es relevante, pues existe un mercado turístico finito que la industria desea dinamizar y que los destinos intentan atraer a través de su mezcla de producto. Ello da lugar a modas de consumo que generan macro-tendencias (como las que en su día experimentaron el segmento de golf o el segmento de cruceros, el turismo de salud o el de negocios, por ejemplo) y, consecuentemente, corrientes de inversión cambiantes en los destinos.
- Una referencia a la oferta de TAC en otros destinos, pues se dirigen a segmentos de mercado similares y, por ello, suponen una competencia directa.

El marco competitivo regional nos acerca a la situación de los elementos (recursos, agentes, mercados) que forman la base local de sostenibilidad-competitividad y que influyen directamente en el TAC del área de estudio. Este marco incluye:

- Las características del sector turístico del destino (oferta y demanda) y el modelo de desarrollo turístico aplicado, pues ayuda a entender la capacidad de influir sobre la demanda y el potencial de diferenciación frente a otros destinos.
- Otros subsectores de actividad turística en el destino, pues todos compiten por una posición relevante en la configuración del modelo turístico.

- Otras empresas del sector de turismo de naturaleza en destino, pues compiten por un mismo mercado en el destino a través de la segmentación y diferenciación de la oferta.
- Oferta, demanda, características cuantitativas y cualitativas del TAC existente, así como su marco regulatorio y de gestión, pues constituyen la base de hecho sobre la que se construyen las propuestas, así como empresas auxiliares y de apoyo al TAC y otros agentes con intereses y relacionados con la actividad, pues con ellos se conforma el clúster turístico sobre el que se despliegan las propuestas.

Por tanto, se da lugar a cuatro necesidades de conocimiento: los esfuerzos institucionales de conservación y gestión de los recursos naturales base del TAC; el valor efectivo del TAC, como experiencia turística y como valor de competitividad y sostenibilidad turística; el papel que juega el TAC en el concierto global, como recurso de desarrollo turístico; y la situación real del TAC en el destino. Se abordaran de forma sucesiva en éste y el siguiente capítulo.

#### **4.1. Esfuerzos internacionales de conservación de los cetáceos y de gestión de las actividades desarrolladas en torno a ellos: aportes a la competitividad y sostenibilidad turística**

Vistos los conceptos y los modelos teóricos de sostenibilidad y competitividad turística, y consideradas las visiones y directrices que proporcionan diversas organizaciones internacionales al respecto, se analiza ahora de qué forma los principios de gobernanza desarrollados en torno al TAC (incluyendo los específicos sobre actividades de avistamiento de cetáceos y su gestión) aportan a los elementos de competitividad y sostenibilidad turística que interesan directamente, es decir, a las condiciones de los factores del TAC, los recursos y el mercado (entendido como industria turística) y las relaciones generadas.

El valor del TAC se ha asociado tradicionalmente a un uso alternativo a la caza de ballenas. Son muchos los ejemplos que pueden encontrarse sobre casos de éxito del TAC como motor de desarrollo económico (baste con acudir a las estadísticas locales del informe de IFAW de 2009) y otros que reflejan de forma más explícita su valor como motor de desarrollo turístico sostenible (uno de los más conocidos, el caso de Kaikoura, Nueva Zelanda).

La Comisión Ballenera Internacional se constituyó en 1946 como órgano regulador de la caza a gran escala de ballenas y para cubrir la necesidad de responder al devastador efecto que esta actividad había tenido sobre las poblaciones de cetáceos a nivel mundial. Es la única organización que se ocupa de la gestión y la conservación de los cetáceos a escala internacional y se ha constituido en *“la clave para responder a la responsabilidad global de la conservación de los cetáceos”* (IWC, 2007).

La respuesta de la comunidad internacional a la problemática de la caza de ballenas se ha construido bajo liderazgo de Naciones Unidas (a través de la Convención sobre el Derecho del Mar de 1982 y el Convenio sobre Diversidad Biológica [CBD]), la mencionada CBI y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), entre otras organizaciones. Ha consistido en limitar las cuotas de caza y en ofrecer un progresivo pero sólido apoyo al TAC, como contraposición a un insostenible uso extractivo de los cetáceos. Pero también se ha apoyado la conservación de las poblaciones de cetáceos en todo el globo a través del impulso a la gestión integral del entorno marino-costero y de la protección de los animales y de sus hábitats marinos.

Tras la moratoria mundial a la caza, comenzada en 1963, la CBI adoptó un papel más activo frente a la problemática de la actividad de observación de cetáceos como alternativa de uso no letal de los cetáceos. En 1994 se creó un Comité de Conservación para guiar el compromiso adquirido. A partir de éste, los esfuerzos

se han centrado en impulsar el TAC para contrarrestar el impacto ambiental y social de la actividad emprendida por naciones tradicionalmente cazadoras (Japón, Islandia, Noruega) y como motor de desarrollo sostenible de otros países emergentes que se encuentran bajo influencia de aquellos (Dominica y otras islas del Caribe).

Esta estrategia ha adquirido especial relevancia a partir de que esos países cazadores han camuflado sus intereses industriales mediante un impulso a la actividad de caza “científica”, como respuesta a la moratoria a la caza comercial impuesta, pero también ante el creciente número de enmiendas de algunos países a la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), la intensificación de la problemática que generan las capturas accidentales y colisiones y la demanda de la comunidad internacional conservacionista.



Figura 3: Países con actividad de observación de cetáceos en 2008 (IFAW, 2009)

Uno de los argumentos más contundentes a favor del TAC como alternativa de uso sostenible radica en la esencia misma del turismo: es un producto de consumo inmediato y no almacenable, tal como se ha venido expresando la doctrina de investigación de turismo, percedero al igual que una pieza de caza, pero, a diferencia de ésta, heterogéneo y accesible a un mayor número de personas. Se multiplica así la posibilidad de generar utilidad y de extender su alcance.

Durante el desarrollo de su última sesión plenaria (Madeira, 2009) la CBI definió 3 áreas fundamentales de trabajo en relación al desarrollo de las actividades de observación de cetáceos:

- Generar conocimiento y desarrollar herramientas para asegurar la sostenibilidad ecológica y social en el desarrollo de destinos con potencial de TAC y para evaluar y monitorear los riesgos generados.
- Apoyar y promover la gestión de un TAC sostenible, identificando los elementos clave y la idoneidad de su aplicación según el caso; adoptando el principio de precaución en destinos sin suficiente información; y revisando los marcos regulatorios implementados para minimizar el impacto negativo ocasionado y maximizar la utilidad a la gestión.
- Aprovechar el creciente potencial socioeconómico del TAC para la comunidad global, generando capacidades y promoviendo el desarrollo de TAC responsable a través de las lecciones aprendidas de experiencias existentes, atendiendo a las demandas o necesidades de herramientas para la toma de decisiones adecuadas; y considerando el apoyo que destinos experimentados pueden prestar a otros emergentes.

De estas áreas, la de desarrollo de un marco de gestión de referencia se considera como una de las más críticas, por ser menores los avances logrados en ella hasta el momento, y la de creación de capacidades, como la más costosa en términos de tiempo y esfuerzos.

Reconociendo el relevante potencial económico de la observación de cetáceos, y comprendiendo la necesidad de cooperación global y liderazgo para asegurar un crecimiento sostenible y responsable, el grupo de trabajo especializado en el seno de la CBI se ha propuesto un marco de trabajo de 5 años (2010 - 2015).

Para este periodo se propone la elaboración de un plan estratégico de desarrollo de TAC, en el que se presentan como fundamental la integración de disponibilidad de información científica, oferta de TAC ecológicamente viable, gestión adecuada y dedicación para materializar el potencial de las comunidades de destino.

Por su parte, en la última sesión del más importante evento de conservación en el mundo, el Congreso Mundial de la Naturaleza de la UICN, celebrada en Barcelona en 2008, se adoptó una resolución sobre el uso no letal de ballenas, reconociendo el valioso aporte de éstas al desarrollo económico y social. En ella, se recuerda que todas las especies de ballenas han sido incluidas en su “Apéndice I” como especies “en peligro de extinción” en la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres” (Bonn, 1973)<sup>10</sup> y que la necesidad de proteger los cetáceos está recogida como obligación de los países ribereños en la Convención de la Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (Montego Bay, 1982).

Este congreso ha servido para solicitar esfuerzos para profundizar la investigación de estos animales y crear áreas marinas protegidas e insta a instituciones internacionales (Organización Mundial del Turismo [OMT], Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]) a promover la actividad de observación de cetáceos.

---

<sup>10</sup> España se adhirió a este Convenio por Instrumento de 16 de mayo de 1986.



Además, se incide sobre la necesidad de establecer políticas e implementar herramientas de planificación, monitoreo y evaluación basadas en enfoques eco-sistémicos; de coordinar la acción política nacional-local; de promover órganos participativos de planificación y gestión; y de considerar las áreas anexas a zonas protegidas marino – costeras.

En su informe sobre el turismo de naturaleza, la Convención de Especies Migratorias (CMS) del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP) destaca la importancia de este tipo de actividades como fuente de ingresos de la comunidad local y como origen de oportunidades de desarrollo socioeconómico de los segmentos más desfavorecidos, corroborando los elementos definidos por la OMT (oportunidades de empleo, provisión de productos y servicios a empresas turísticas, establecimiento de empresas turísticas, entre otros).

Además, el informe alude al papel que las actividades de observación de la naturaleza pueden desempeñar para incrementar los ingresos destinados a la conservación de los recursos naturales y contribuir al desarrollo socio-económico, al impulsar el desarrollo de infraestructuras de servicios y la creación de empleo, servir de modelo para buenas prácticas de sostenibilidad, crear alternativas de aprovechamiento de los recursos, impulsar la educación y mejorar la satisfacción del visitante.

En el planteamiento inicial de la comunidad científica ya se aludía a los efectos y riesgos que conlleva el TAC como componente integrante de un sistema mundial de producción de ocio y viajes (IFAW, 1997). De forma paralela al crecimiento experimentado por el TAC, se han intensificado los planteamientos de necesidad de dotar de calidad a su desarrollo, para minimizar los impactos negativos causados y evitar riesgos mayores, tal como se ha venido defendiendo en el seno de la CBI durante estos últimos años.

Hoyt (2007), aunque con un enfoque de base que equipara al turismo de masas con turismo insostenible, define un conjunto de elementos característicos de las actividades de avistamiento de cetáceos, sostenible y de calidad.

En dicho conjunto incluye una adecuada gestión económico-financiera que asegure las operaciones a largo plazo, servir como recurso y proveer resultados para la ciencia; especial atención a la conservación; inversión en el recurso humano, tanto el local como el visitante (relaciones, formación, calidad de servicio); servir como recurso y proveer valores para la educación; refuerzo de los beneficios; y minimización de costes. Además presenta un grupo de 14 directrices para alcanzar estos objetivos, agrupadas en:

- Planificación y evaluación inicial, incluyendo definición de planes de trabajo, accionistas implicados, líneas de base de investigación de recursos y análisis de impacto y socioeconómico.
- Diseño de Marketing y Tour, incluyendo análisis de infraestructura y recursos, diseño de producto e imagen, y prospección del mercado.
- Enfoque empresarial, con especial atención al valor añadido y minimización del impacto
- Gestión de los recursos, incluyendo políticas y herramientas de gestión de la actividad, integración de educación e investigación, monitoreo del impacto y sistematización del monitoreo del grado de sostenibilidad.

Una de las estrategias de competitividad aportadas por Porter alude al imperativo de crear regulaciones estrictas de conservación. Existen numerosas regulaciones de la actividad de avistamiento de cetáceos que han sido implementadas, ya sea como norma con fuerza legal o como pauta o código de conducta aceptado de forma voluntaria de las partes implicadas. El objetivo primario de tales regulaciones es mantener la buena calidad en el estado de los individuos y poblaciones cetáceas, es decir, impulsar el uso sostenible y la calidad de unos recursos propios heredados que son base de la competitividad.

Estas normas son formuladas por diferentes agencias de gestión pública e incluso con la participación de la emprendeduría del sector turístico y de asociaciones de la sociedad civil (dedicadas a la investigación o conservación, entre otros).

Carlson (2007, 2008) elaboró una recopilación exhaustiva al respecto y de ésta se desprende un conjunto de requisitos o atributos que son fundamentales para la elaboración de normas de conducta. Se refieren a:

- requisitos que afectan directamente a las condiciones de los factores propios heredados y a la gestión de la oferta turística (distancia mínima y formas de aproximación, requisitos específicos para especies y para condiciones especiales, tiempo de permanencia y nº máximo, operaciones en presencia de los animales, interacción con humanos, métodos de detección)
- requisitos relativos la calidad de los factores propios adquiridos (características técnicas de embarcaciones, capacitación profesional) y a la gobernanza o gestión pública (otorgamiento de permisos, presentación previa de informes, inspección, sanciones)
- relativos a la gestión de la empresa y la estrategia de mercado (asociacionismo)
- elementos que van a afectar a la gestión de la empresa y a la actividad del clúster turístico sectorial. Son los relativos al conocimiento generado por la propia actividad (alude al valor científico de la actividad, importante para la innovación y la minimización del impacto) y a la existencia de programas y campañas educativas “para crear conciencia” entre la población (alude al valor educativo de la actividad, importante para las condiciones de la demanda).

En su trabajo, la investigadora reconoce la importancia de considerar la casuística y las condiciones especiales de cada caso, de ofrecer flexibilidad ante nuevas

evidencias científicas y de ser complementarias a otras normas referidas al ecosistema marino y a los riesgos a los que éste puede verse sometido.

Por su parte, Orams (1999) menciona cuatro tipos fundamentales de estrategia para gestionar el turismo marino:

- Física, que tiene que ver con el diseño y localización de las instalaciones y con el sacrificio de determinadas áreas para su uso intensivo, en beneficio de conservar otras en su estado prístino
- Regulatoria, limitando el acceso y el flujo de visitantes, y filtrando los usos permitidos
- Económica, que promueve la adopción de los comportamientos y los cambios deseados mediante medidas incentivadoras o desincentivadoras.
- Educativa, que materializa sus efectos a través de centros de interpretación, material informativo, rutas guiadas y contacto personal.

Estas estrategias pueden ser efectivas para deshacerse de prácticas insostenibles, y para promover el cambio actitudinal y adopción de valores de sostenibilidad medioambiental. Adicionalmente, para que la rentabilidad del turismo sostenible sea, *de facto* triple<sup>11</sup> y continuada, las buenas prácticas de gobernanza deben asegurar la *competitividad* en todos sus componentes. Y debe ser percibido como tal, tanto por los habitantes del destino como por los participantes del mercado turístico, lo cual requiere profundizar en las relaciones que se dan en la red de la vida y la planificación que puede ser definida en base a ellas.

Con respecto a las ventajas y desventajas del carácter vinculante o no de la regulación, las jornadas de trabajo desarrolladas por IFAW (Chile, 1997) se destacaba tanto el poder disuasorio de la regulación vinculante como el elevado riesgo de su fracaso ante brechas en los mecanismos de aplicación y control, así

---

<sup>11</sup> Alude al concepto de triple rentabilidad “people, planet, profit”, acuñado por Elkington en 1994.

como el riesgo de falta de respeto de regulaciones no vinculantes, considerándose una combinación de ambos enfoques como la solución idónea.

Moyle y Evans (2008) recogen el testigo del aspecto de los costes de entrada en un sector de actividad (Porter, 2003; 136)<sup>12</sup> y ponen énfasis en la necesidad de considerar el valor – beneficio neto de la actividad, es decir, el coste de los insumos necesarios para el desarrollo del TAC y que de otra forma no serían necesarios<sup>13</sup>.

Los mismos autores alertan de la sobrevaloración que el turismo de avistamiento de cetáceos ha sido objeto como resultado de una base errónea en el cálculo de los ingresos económicos que genera y ponen en duda el papel de liderazgo que ejerce sobre el desarrollo económico turístico, inclinándose a considerar el desarrollo del TAC como un efecto de otros desarrollos turísticos, más que como el origen.

Higham, Bejden y Lusseau (2008) han expuesto un modelo de gestión integral y adaptativa que abarca tres niveles de factores de influencia (niveles micro, meso y macro), recogiendo el espíritu de marcos de trabajo “micro” y “macro” aludidos por Ritchie y Crouch (2003) para la competitividad turística. El modelo holístico propuesto por Higham *et al.* enfatiza sobre los aspectos de planificación y gestión de los recursos naturales.

Los autores incluyen como marco teórico de trabajo cuatro tipos de accionistas clave en el desarrollo de la actividad turística con cetáceos (investigación social, operación turística, planificación y gestión, investigación de los recursos y el medio natural), pero el modelo deja un tanto de lado los requerimientos más típicamente comerciales de la industria turística actual, es decir, aquellos aspectos que van a

---

<sup>12</sup> Referido a los costes de diversificación empresarial.

<sup>13</sup> Aunque los autores plantean la cuestión del TAC como alternativa al uso consuntivo de ballenas, es extrapolable a un planteamiento sobre la diversificación turística en un destino.

permitir una mejor integración de la sostenibilidad turística en el desarrollo turístico de un destino o región y su consolidación a largo plazo. Son aquellos requerimientos de calidad e innovación turística, y aquellos aspectos que influyen en la imagen proyectada, y en la calidad de participación socioeconómica e integración de la comunidad del destino en la actividad. Estos van a influir también de forma importante en la sostenibilidad del desarrollo turístico y en la competitividad turística en la gestión de la empresa y del destino de TAC a largo plazo.

El enfoque holístico debe extenderse hacia la actividad comercial y el efecto arrastre socioeconómico del TAC. Los mencionados requerimientos y aspectos deben, por tanto, considerarse desde la fase pre-turística que describen los autores y para las actuaciones de monitoreo y evaluación una vez comenzado el desarrollo como destino turístico. Y es que éste puede modificar de forma relevante las condiciones de partida, sobre todo en aspectos de participación económica y de aceptación social.

Aunque el beneficio que el TAC ofrece a la sostenibilidad ambiental como alternativa a una industria de uso consuntivo es, salvo excepciones, suficientemente sólido, el equilibrio para la sostenibilidad y la competitividad socioeconómica debe buscarse, siguiendo a Porter, considerando también que, cuanto más atractivo es un sector, más costosas barreras de entrada conlleva. En consecuencia, otro marco “global” de referencia a considerar es el que se configura con el panorama mundial del turismo, es decir, el papel que juega el TAC en el concierto de la industria turística mundial. Esto será abordado en capítulo posterior.

#### **4.2. Marco Institucional Europeo**

Al hilo de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestre (CITES) (Washington, 1973) y para

mejorar su aplicación en el espacio europeo, se firman dos convenios en 1979: el de Bonn, sobre aves y fauna migratoria, y el de Berna, sobre todo tipo de flora y fauna amenazada. Éste ha sido el impulsor de los catálogos nacionales de especies protegidas de los estados miembros.

En Europa destacan 3 iniciativas institucionales enfocadas sobre la protección del medio marino y su biodiversidad: a) la Convención OSPAR (1992), un instrumento con fuerza legal, surgido en 1992 de los tratados de Oslo (1972) y París (1974) sobre vertidos en el mar. Sirve de guía para los 15 países contratantes y la Unión europea y cuenta con una estrategia dedicada a ecosistemas y biodiversidad, con amplio espectro de cobertura; b) el Acuerdo para la Conservación de los Cetáceos en el Mar Negro, Mar Mediterráneo y Áreas Atlánticas Anexas (ACCOBAMS); y c) el Acuerdo para la Conservación de Pequeños Cetáceos en los Mares Báltico y del Norte (ASCOBANS). Estos dos últimos, nacidos bajo el auspicio de la convención de Bonn.

Desde el marco político institucional europeo, la actividad de avistamiento de cetáceos no ha sido abordada de forma concreta. Tras la aprobación de la CBD (Río de Janeiro, 1992), la CE definió en su IV Programa de Acción Comunitario en Materia de Medioambiente el objetivo de *“favorecer el mantenimiento de la biodiversidad al tiempo que se tienen en cuenta las exigencias económicas, sociales, culturales y regionales”* mediante el desarrollo de la Directiva “Hábitat” (92/43/CEE). Esta directiva es base legislativa de la más importante red paneuropea de áreas ecológicas, la Red Natura 2000.

El VI Programa Europeo de Medioambiente, a desarrollar hasta 2010, trata de complementar el enfoque legislativo con una estrategia de implantación de *“medidas e instrumentos para influir en las decisiones adoptadas por las empresas, los consumidores, los políticos y los ciudadanos”* (CE, 2001), mediante un “amplio diálogo y la participación de la industria, de las ONG y de las

autoridades públicas”. Dedicando una estrategia temática al medio marino, este programa incide específicamente sobre la necesidad de proteger los hábitats marinos e incluirlos en la red Natura 2000.

Desde Europa también se ha abogado por apoyar un enfoque estratégico e integrado de la gestión de las zonas costeras, con un programa dirigido, entre otros a proteger el entorno costero y su patrimonio cultural frente a aglomeraciones costeras, fomentar las perspectivas económicas y posibilidades de empleo sostenibles; asegurar un sistema sociocultural operativo; poner a disposición de terrenos con fines de ocio o estéticos; y mejorar la coordinación de las medidas, desde una perspectiva global adaptable a la casuística local (CE, 2002)

Cinco años después de esta recomendación, la propia CBI se congratula de que la mayoría de los Estados miembros costeros han adoptado estrategias de gestión, pero indica que se deberá dedicar especial esfuerzo a la financiación y los indicadores para aplicar estas estrategias, y a promover la gestión de los riesgos y los distintos intereses ligados a estas zonas y a las zonas marinas (CE, 2007).

#### *4.2.1. Red Natura 2000*

La más importante iniciativa europea de conservación de la biodiversidad y de los hábitats naturales, y a favor del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, es la Red Natura 2000. Esta red ecológica europea se construye en base a la Directiva Aves (79/409/CEE) y la Directiva “Hábitat” (92/43/CEE).

La Directiva Hábitat impone la necesidad de establecer medidas de conservación adecuadas en los lugares de la red "*para evitar (...) el deterioro de los hábitats naturales y de los hábitats de especies...*" (Art. 6.2). Establece la necesidad de evaluar el impacto de las actividades o proyectos desarrollados en ellos y de definir y adoptar compensatorias de precaución. Se refiere a diferentes tipos de



medidas (reglamentarias, administrativas o contractuales) y aduce al carácter participativo de la gestión.

La red Natura 2000 está formada por espacios que han sido propuestos por los respectivos estados miembros en base a la existencia de determinados hábitats o la presencia de especies, que requieren medidas especiales de protección por su elevado significado. Las zonas propuestas se denominan “Lugar de Importancia Comunitaria” (LIC) y “Zona de Especial Protección para las Aves” (ZEPA). Pasan posteriormente a formar parte de la red, bajo la denominación de Zona Especial de Conservación, tras aprobación de su correspondiente Plan de Gestión.

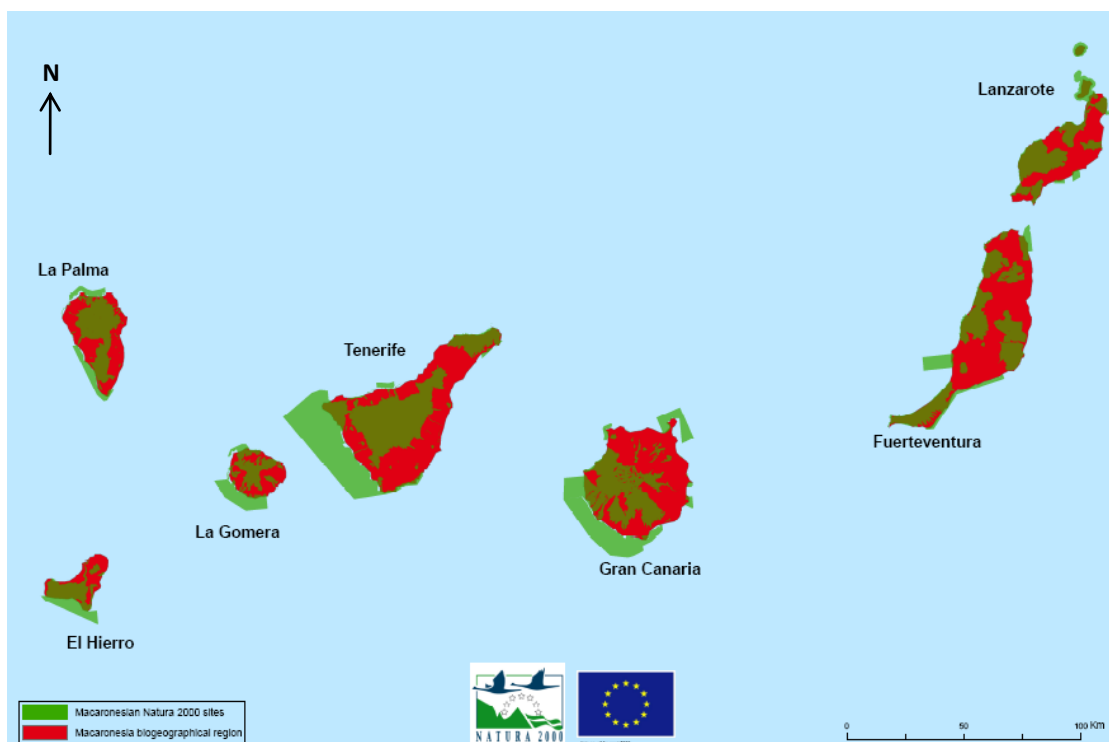


Figura 4: Zonas ZEC de la Red Natura 2000 en Canarias. Fuente: Comisión Europea. ([http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/sites\\_hab/biogeog\\_regions/maps/canarias.pdf](http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/sites_hab/biogeog_regions/maps/canarias.pdf))

De los 174 espacios propuestos por el gobierno canario para la red Natura 2000, 27 son de ámbito marino. De éstos, 15 han sido declarados en base a la existencia de delfín mular (*Tursiops truncatus*) y/o tortuga boba (*Caretta caretta*),

especie ésta considerada como “prioritaria”. La oferta de TAC en las islas se desarrolla en algunos de esos LIC, de ahí la importancia de esta figura.

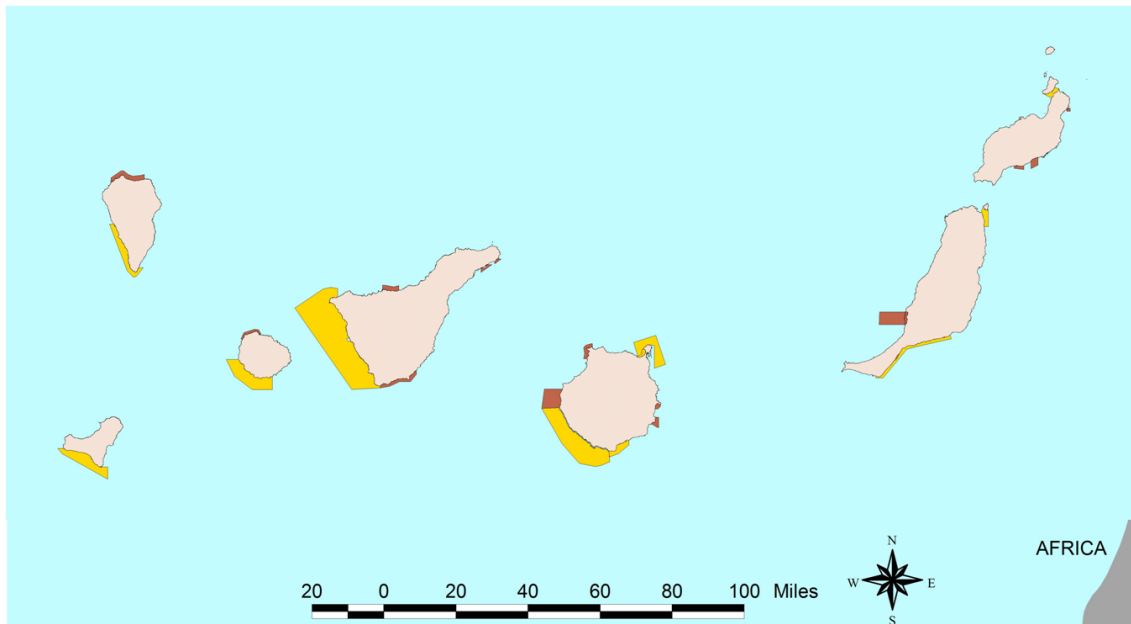


Figura 5: ZEC de Canarias para Natura 2000 en base a *Tursiops truncatus* y *Caretta caretta*. Fuente: Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias.

A 31 de diciembre de 2009, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino declaró en Orden ARM/3521/2009 como ZEC los 27 LIC marinos en Canarias, abriendo así el plazo de 12 meses para la implementación de los respectivos Planes de Protección, de acuerdo a la Ley 42/2007 de Patrimonio Natural y Biodiversidad.

Cuadro 1. Listado de Zonas de Canarias para Natura 2000 en base a *Tursiops* y *Caretta*.

CÓDIGO	NOMBRE	ISLA	ESPECIO OBJETIVO
ES7020057	Mar de Las Calmas	La Palma	(1) (2)
ES7020122	Franja marina de Fuencaliente	La Palma	(1) (2)
ES7020123	Franja Marina Santiago Valle Gran Rey	La Gomera	(1) (2)
ES7020017	Franja Marina Teno Rasca	Tenerife	(1) (2)
ES7020116	Sebadales del Sur de Tenerife	Tenerife	(2)
ES7010016	Área marina de La Isleta	Gran Canaria	(1) (2)
ES7010048	Bahía de Gando	Gran Canaria	(2)
ES7010017	Franja marina de Mogán	Gran Canaria	(1)
ES7010056	Sebadales de Playa del Inglés	Gran Canaria	(1) (2)
ES7011005	Sebadales de Güigüi	Gran Canaria	(1) (2)
ES7010100	Sebadales de La Graciosa	Lanzarote	(1)
ES7010014	Cueva de Lobos	Fuerteventura	(2)
ES7010122	Sebadales de Corralejo	Fuerteventura	(1) (2)
ES7010037	Bahía de Confital	Fuerteventura	(1)
ES7010035	Playa de Sotavento de Jandía	Fuerteventura	(1) (2)

(1): *Tursiops truncatus* (2): *Caretta caretta*. Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino del Gobierno de España (datos 2010). Elaboración propia.

#### 4.2.2. Marco nacional y regional

Otro importante impulso de conservación de los recursos de cetáceos a nivel institucional en España viene dado por el Catálogo Nacional de Especies Amenazadas (CNEA). En él se incluyen 19 especies de cetáceos en 4 categorías diferentes: “*en peligro de extinción*”, “*sensibles a la alteración de su hábitat*”, “*vulnerable*” y “*de interés especial*” (ver Anexo II).

El Decreto 439/1990, que regula el CNEA, establece la necesidad de una coordinación técnica para el desarrollo y aplicación de los planes de actuación:

*"cuando por razones del área de distribución de una especie, subespecie o población catalogada, los correspondientes Planes deban aplicarse en más de una Comunidad Autónoma, la Comisión Nacional de Protección de la Naturaleza elaborará, para cada especie o grupo de especies catalogadas, criterios orientadores sobre el contenido de dichos Planes"*. En el caso de los cetáceos presentes en Canarias, recae sobre la Dirección General de los Recursos Pesqueros del MMARM la elaboración de los correspondientes Planes de Conservación.

La Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, establece la necesidad de realizar un Inventario del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, así como de un Plan Estratégico Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad (incluyendo tanto el patrimonio terrestre como el marino), y de elaborar un Catálogo Español de Hábitats en Peligro de Desaparición, donde se incluirán aquellos tipos de hábitats cuya conservación o restauración requieran medidas específicas.<sup>14</sup>

Respecto a protección de áreas marinas, la norma establece como nueva figura de protección de los espacios naturales las "Áreas Marinas Protegidas". Además establece que, para su conservación, se deberán aprobar planes o instrumentos de gestión que contemplen, al menos, las medidas de conservación necesarias y las limitaciones de explotación de los recursos naturales que procedan, para cada caso y para el conjunto de las áreas incorporables a la Red de Áreas Marinas Protegidas. También establece un régimen especial para las zonas que integran la red Natura 2000.

Recientemente, el gobierno español ha hecho pública su estrategia de economía sostenible. Se trata de un conjunto de 20 planes de reforma sectorial que pretenden modernizar la estructura del sistema productivo español, incidiendo

---

<sup>14</sup> Esta Ley sustituye a la anterior Ley 4/1989, de 27 de marzo, sobre conservación de los espacios naturales y de la flora y fauna silvestres.

sobre aspectos de sostenibilidad económica, social y medioambiental (Gobierno de España, 2009)

Entre ellos, se incluye una Ley de Protección del Medio Marino, el mencionado Plan Estratégico Estatal del Patrimonio Natural y la Biodiversidad y el impulso a la “fiscalidad verde” sobre la que apoyar estos objetivos, a poner en marcha durante el año 2010. Para la estrategia se ha definido un horizonte temporal de 10 años.

La previsión de aplicación de los recursos financieros incluye la financiación de proyectos en el ámbito de la eco-innovación, entre otros.

En el ámbito regional canario, el Decreto 1515/2001 recoge un total de 11 especies de cetáceos en el Catálogo Regional de Especies Amenazadas, bajo las categorías de “en peligro de extinción”, “vulnerable” y “de interés especial”. Debe destacarse la gran polémica que ha suscitado la nueva propuesta de este catálogo, presentada en 2009, que supone una rebaja del nivel de protección de muchas especies de cetáceos y tortugas marinas, o su completa descatalogación (ver Anexo II).

También recientemente, se ha puesto en Canarias en marcha una pionera iniciativa (para la región) de compensaciones ambientales, por parte de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial, en base al art. 72 de la Ley 42/2007. Se basa en la oferta de subvenciones para la realización de gastos corrientes y de capital. Dichas subvenciones se destinan a los propietarios de los terrenos situados en espacios integrantes de la Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos y de la red Natura 2000 o donde se localicen especies silvestres protegidas en el CEAC, en el CNEA, en directivas comunitarias o en instrumentos internacionales ratificados por España. Los beneficiarios de estas

subvenciones además tendrán consideración de "*Protectores del Medio Ambiente*" en registro creado al efecto (Orden de 24 de marzo de 2010).<sup>15</sup>

#### **4.3. El valor de los cetáceos y de la actividad de avistamiento de cetáceos.**

Por el mero hecho de existir, los cetáceos pueden proporcionar un conjunto de valores a las personas (IFAW, 1997). El valor de los cetáceos se fundamenta en el protagonismo, más o menos impactante, que han tenido en la historia evolutiva de los núcleos de población y en la identidad de sus comunidades. Abren un inmenso campo, de cara al diseño de oferta turística basada en el avistamiento de cetáceos o articulada con esta actividad.

Obviando, sin desdeñar su importancia, la magnitud e intensidad de usos, acontecimientos, tradiciones y leyendas que han unido a lo largo de la Historia a humanos y cetáceos, aterrizaremos directamente en la edad moderna, y, concretamente, sobre el efecto del valor icónico de los cetáceos para el turismo sostenible.

Y es que, los cetáceos, se erigieron desde los años 70 en un importante valor icónico mundial de una alternativa a la acción extractiva y destructora de la naturaleza por parte del ser humano. La actividad turística de observación de cetáceos ofrece un potencial para refrescar y consolidar este valor como icono conservacionista, en pro de medio marino, superando a otros, como puede ser el que ostentan los arrecifes coralinos (Corkeron, 2004).

La actividad de observación de cetáceos ha crecido por encima de la media de la industria turística mundial (IFAW, 1997). Puede pensarse que la primera se ve irremediabilmente favorecida por el crecimiento de la segunda, pues si aumenta la demanda de experiencias turísticas, lo hace la probabilidad de alcanzar una

---

<sup>15</sup> Aunque se refiere específicamente a terrenos en espacios naturales protegidos, abre un importante camino para futuras acciones de incentivación externa similares en áreas marinas protegidas.

masa crítica que “justifique” la comercialización turística de la observación de cetáceos.

Debe aquí hacerse alusión al valor turístico añadido que aporta el conjunto de aspectos, que complementan y completan el valor icónico de los cetáceos y que pueden motivar al ser humano a tener una experiencia turística cercana a estos animales: características físicas, comportamiento, inteligencia, antropomorfismo, carisma, tamaño y, especialmente significativo para el turismo sostenible, la singularidad, y el grado de amenaza y el nivel de protección que les afecta (en Smith et al., 2006:114). Con ellos, se refuerza su efectismo como referente de conservación de los recursos en el turismo y su atractivo como “reclamo” turístico.

Lo descrito va configurando una red de componentes, relaciones y situaciones que lleva a afirmar que el avistamiento de cetáceos, como actividad turística, no se centra únicamente en el disfrute estético y el conocimiento del cetáceo y de su hábitat natural. También puede (y debe) integrar la realidad de su relación con el hombre, de forma que, tanto los usos comunes de los recursos y del espacio y las problemáticas surgidas de esa situación de competencia, como la identidad cultural y los conocimientos generados, desempeñan un importante rol en la emoción turística construida a través del vector “cetáceos”.

La anterior afirmación descansa sobre la amplitud de la mencionada red y su potencial para favorecer la competitividad y sostenibilidad turística de un territorio, pero también sobre el propio valor icónico atribuido a los cetáceos, que, aún siendo habitantes de un medio que no es el usual del hombre, han acaparado su atención de forma especial a lo largo del tiempo.

Si por el mero hecho de existir, los cetáceos poseen un conjunto inherente de valores, el TAC puede añadir valor propio al usuario. Durante las jornadas de trabajo sobre aspectos socioeconómicos de la actividad de avistamiento de

cetáceos (Kaikoura, Nueva Zelanda, 1997), organizadas por International Fund for Animal Welfare (IFAW), se definió un conjunto de valores potenciales que derivan de la mera existencia de los cetáceos y de su hábitat, de entre los cuales la observación de cetáceos es sólo uno. Otros se refieren a su valor como recurso de investigación, de ayuda a la pesca, sociocultural, icónico, mitológico–espiritual, de caza de subsistencia, estético, médico o terapéutico.

Hoyt (2007) expone una serie de características por las que se caracteriza el TAC de alta calidad, entre las que menciona su capacidad de: vehicular mediante información de calidad el aprendizaje sobre los animales y el medio; sensibilizar sobre las necesidades de conservación y motivar para colaborar; acercar al usuario al medio marino y al mundo de la investigación científica; y servir como vía para materializar la sensibilidad a la sostenibilidad turística.

Además, el autor se refiere a la combinación del TAC ofrecido como ecoturismo con la oferta museística y de centros de interpretación *ex – situ*, relacionados con los cetáceos, lo cual es otro componente relevante en un diseño de producto que pretenda satisfacer y cubrir plenamente las necesidades del visitante.

Por otro lado, Miller (2008:235), recogiendo la percepción que diferentes investigadores han tenido sobre la actividad de observación de naturaleza como segmento de turismo, expone que el turismo de naturaleza marina, que tiene en el avistamiento de cetáceos uno de sus máximos exponentes, se solapa con diversos tipos de turismo, tales como el geoturismo, el turismo de naturaleza, ambientalista, de voluntariado o el científico, e incluso hace mención al activismo.

Cabe enfatizar aquí que, tal como señala el autor, muchas de las experiencias turísticas desarrolladas en el medio costero-marino constituyen para el viajero protagonista experiencias que le relacionan con la naturaleza marina, aún de forma inconsciente para él. Aquí se incluyen actividades “alejadas”



emocionalmente de la apreciación consciente de la naturaleza y el medio marino-costeros, como pueden ser el disfrute de la playa o la práctica de deportes de mar.

Por tanto, los cetáceos pueden tener un valor neto positivo y generar una dinámica económica y social beneficiosa para la sostenibilidad y la competitividad de un territorio, considerada aisladamente la actividad de observación. Durante los últimos años se han realizado algunas estimaciones (IFAW, Hoyt) sobre la magnitud económica del TAC en términos de volumen de negocio generado, que se expondrán más adelante. Estas estimaciones han sido generalmente aceptadas como base para comprender y comunicar la importancia y el potencial del TAC como generador de dinámica económica.

Algunos autores consideran que la base de cálculo sobre la que se ha construido estas estimaciones es errónea (Moyle y Evans, 2008), al haberse magnificado la capacidad de atracción de los recursos como objetivo de visita turística de un territorio y al no considerar de forma consecuente y precisa todos los costes asociados al desarrollo del TAC: cambios en la calidad de los recursos naturales y su hábitat, costes de construcción, adquisición y mantenimiento de infraestructura turística, cambios de dieta, percepción y alteración de valores en la comunidad local.

Sin duda, estas consideraciones afectan a los impactos sobre la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo de un territorio-destino, especialmente aquellos de escaso desarrollo, en los que el TAC se impone como alternativa a otros usos, como es la caza de subsistencia. Algunas de tales implicaciones deben atribuirse sólo de forma indirecta al desarrollo del TAC y sí más directamente al desarrollo paralelo de una cultura de sostenibilidad turística y de una actitud de responsabilidad social.

De lo que no cabe duda es que, a nivel mundial, el TAC mueve un cada vez mayor número de visitantes, como se reflejará a continuación y, consecuentemente, involucra un cada vez mayor número de agentes turísticos y comunidades.

## 5. MARCO SITUACIONAL II: EVOLUCIÓN DEL TAC COMO SEGMENTO TURÍSTICO

El inicio del TAC se sitúa comúnmente en la década de los 50 en las costas de California. El primer informe, que recopilaba las magnitudes de actividad a nivel mundial en 1998, cifraba en 80 el número de países, en 9 millones el número de visitantes y en 1.000 millones de dólares (USD) el volumen de ingresos, de los cuales un 30% se consideraron ingresos directos por venta de ticket de excursión (Hoyt, 2001). Desde entonces, el TAC ha crecido de forma notable. El último informe elaborado por IFAW refleja los siguientes datos para el año 2008 (O'Connor *et al.* 2009):

- 119 países con oferta
- 13 millones de visitantes
- \$ 2.100 millones (41,4% considerados ingresos directos)
- 3.000 empresas operadoras
- 13.200 empleos directos

Desde el punto de vista de la evolución del TAC, lo que en un comienzo comenzó como firme alternativa de uso frente a la caza de ballenas, se ha convertido en firme alternativa de oferta turística. El enfoque ecológico con que se ha querido tutelar el TAC ha conllevado una especial preocupación por el impacto negativo causado. Prueba de ello es el continuo esfuerzo que desde 1995 han desarrollado los grupos de trabajo designados en el seno de la CBI para abordar aspectos de regulación, de monitoreo, educativos y socioeconómicos relacionados con el TAC.

Con ello, ha quedado relegada a un segundo plano la necesidad de proveer un similar marco de trabajo para abordar los aspectos de gestión de la actividad como oferta turística y su integración en la industria de viajes mundial, idóneamente sin pérdida del “principio de precaución” que oficialmente se ha venido imponiendo al desarrollo de la actividad desde instancias internacionales.

Derivado de lo anterior, la labor investigadora en torno a aspectos concretos sobre la tipología de oferta y demanda y sobre la comercialización del TAC ha sido deficitaria. El déficit de información en torno al turismo de naturaleza, como expresa Higgins (1997), no es una excepción en el caso del TAC y demuestra a largo camino que aún queda por recorrer para conocer mejor e integrar este segmento en la industria turística mundial sin pérdida de su singularidad.

Aún con estas carencias, países pioneros en la oferta de TAC, como Estados Unidos, Canadá y Australia, siguen siendo los destinos punteros actualmente y muestran tasas de crecimiento significativas, aún tras años de crecimiento mundial constante. Las islas Canarias, junto con Nueva Zelanda y Sudáfrica se sitúan en un segundo nivel, atendiendo al volumen de visitas. Otros destinos destacados son China, Argentina, Brasil, Escocia y Chile. Especialmente regiones en las Américas y en Asia muestran un rápido desarrollo (O'Connor *et al.*, 2009).

Cuadro 2: Llegadas turísticas y principales destinos de TAC en el mundo

Destino	A. Llegadas internacionales 2008 (OMT, 2009)	B. Usuarios TAC 2008 (IFAW, 2009)	Ratio B/A	Especies icono
EEUU	58.030.000	4.899.809	8,4%	Grandes cetáceos
Canadá	17.128.000	1.635.374	9,5%	Grandes cetáceos
Australia	5.586.000	1.165.684	20,8%	Grandes y pequeños cetáceos
Canarias <sup>16</sup>	11.000.000	675.000	6,1%	Pequeños cetáceos
Sudáfrica	9.592.000	567.367	5,9%	Grandes y pequeños cetáceos
N. Zelanda	2.459.000	546.445	22,2%	Grandes cetáceos
Argentina	4.665.000	244.432 <sup>17</sup>	5,2%	Grandes cetáceos
Brasil	5.050.000	228.946 <sup>5</sup>	4,5%	Pequeños cetáceos
Escocia	2.791.000 <sup>6</sup>	223.941	8%	Pequeños cetáceos
Chile	2.699.000	13.720	0,5%	Grandes y pequeños cetáceos
Azores	369.420 <sup>6</sup>	40.180	10,8%	Grandes y pequeños cetáceos
Madeira	790.821 <sup>18</sup>	59.731	7,5%	Grandes y pequeños cetáceos

Ante la limitación de datos concretos sobre el perfil de usuarios de TAC, es necesario complementar con estadísticas globales de actividad turística y de movimientos del turismo de naturaleza o similares (ecoturismo). Como apunta la OMT en su informe “Panorama del Turismo Internacional 2009”, aún un 80% de los viajes a nivel mundial se producen en la misma región del viajero, a pesar de la tendencia de crecimiento de viajes interregionales. En este sentido, Europa sigue

<sup>16</sup> Referencias tomadas de estadísticas regionales oficiales del ISTAC y estudios propios

<sup>17</sup> Datos del año 2006

<sup>18</sup> Referencia tomada de estadísticas regionales de entradas turísticas (VisitScotland, SREA y DREM)

constituyendo el principal mercado emisor (508 millones en 2008, aprox. 55% del total), seguido de lejos por Asia y Pacífico (181 millones) y las Américas (151 millones).

En este contexto, se estima que el turismo de naturaleza crece un 10-12% anual en el mercado internacional (TIES, 2006). Este segmento sigue la tendencia de crecimiento, junto con otros segmentos de turismo “experiencial” (que integra intereses especiales, como el ecoturismo, cultural, rural, comunitario), por encima del turismo de sol y playa, segmento ya maduro y estancado.

A pesar de la investigación e información deficitarias sobre el turismo de naturaleza y el ecoturismo, es posible decir que estos flujos internacionales se caracterizan por ser tradicionalmente de países desarrollados a países en vías de desarrollo. La existencia de áreas naturales protegidas parece ser motivo importante de viaje, pero también el acercamiento a la cultura local y la sostenibilidad de la experiencia (TIES, 2006).

Otro dato de interés es que existe una tendencia creciente de expansión turística alrededor de áreas naturales (Higgins, 1997). Con ella, sigue incuestionable la fuerza del deseo de visitar áreas costeras, lo que mantiene al turismo de complejos turísticos en playas y de cruceros como principal segmento de la industria de viajes (Honey & Krantz, 2007).

El caso concreto de Australia merece destaque, por ser uno de los destinos punteros de TAC, además de uno de los países más avanzados en investigación y seguimiento del turismo de naturaleza y del ecoturismo. Según estadísticas para 2009 de Tourism Research Australia, el 64% de los visitantes internacionales eran turistas de naturaleza. El 70% de ellos realizó hasta más de dos diferentes actividades en naturaleza, siendo la visita a Parques Nacionales y Estatales la más recurrida. Destacaron los visitantes europeos (Reino Unido, Alemania, Suiza,

Países Bajos) como los principales y más activos demandantes de actividades turísticas en naturaleza.

No obstante, según se señala en el informe sobre ecoturismo (FODESTUR, 2005), Europa sigue siendo el destino preferido para los propios ecoturistas o turistas de naturaleza europeos, seguido de América Latina (Perú, Ecuador, Brasil, Costa Rica, México y Chile).

El mismo informe cifra en un 50% el interés del mercado en turismo de naturaleza y confirma elementos de motivación al viaje, tales como: áreas naturales protegidas, contemplación de biodiversidad y paisaje, contacto y conocimiento con la cultura y población local, experiencias que proporcionen relajamiento, aprendizaje, de contribución a la sostenibilidad y deportivas, variedad de actividad, pequeños negocio turístico, higiene y seguridad.

La siguiente tabla ofrece una imagen comparativa aproximada de la evolución mundial del turismo y del TAC, por regiones:

Cuadro 3: Evolución mundial del TAC

Región	Tasa anual de crecimiento de visitas turísticas (OMT)	Tasa anual de crecimiento usuarios TAC (IFAW, 2009)			
	1995 - 2020	1991	1994	1998	2008
América del Norte		-	7.9%	7,8%	1.3 %
América Central		-	111,4%	47,4%	12,8%
Caribe					
América del Sur	3,8%	117,8%	3,6%	10,3 %	10,1%
África	5,5%	-	82,9%	53%	-1.3%
Medio Oriente	6,7%				
Asia	6,5%		88,1%	31,7%	17,2%
Europa	3,1%	-	8,8%	19,6%	7,1%
Oceanía Islas Pacífico y Antártica	6,2%	-	12,8%	15,9%	9,78%
<b>Total</b>	<b>4,1%</b>	-	-	-	<b>3,7 %</b>

La comparación de datos ofrece una aproximación sobre convergencias o divergencias en las tendencias de crecimiento esperadas a nivel mundial para el turismo en general y el TAC en particular. Ello sirve a definir el posicionamiento a nivel mundial de destinos concretos de TAC y del propio TAC.

Por otro lado, la madurez alcanzada por el producto TAC en los mencionados países punteros permite disponer de una base sólida para trabajar en los aspectos de sostenibilidad y competitividad turística y para generalizar prácticas de éxito en calidad de la actividad turística y en conservación del medioambiente y de la biodiversidad. La importancia de esta transferencia radica en el hecho de que el TAC ha pasado de ser un producto nicho a una oferta generalmente demandada



en algunas regiones del planeta (O'Connor *et al.* [2009:23]), acelerando así paulatinamente su integración en el circuito turístico mundial.

En el campo de las previsiones de la industria mundial de viajes, las cifras de la OMT en su informe "*Panorama 2020*" reflejan que el número de viajes alcanzará 1.600 millones en el año 2020. De ellos, 1.200 millones (75%) serán llegadas intra-regionales y 378 millones serán de largo recorrido (UNWTO, 2009).

La OMT prevé que Europa siga siendo en 2020 la región que más visitantes atraiga (717 millones, un 46% del total mundial), muy por encima de la segunda en el ranking, la región de Lejano Oriente y Pacífico (397 millones) y las Américas. Aún así, la región asiática refleja una mayor tasa anual de crecimiento (5,1%, por encima del 4,1% de media mundial) superior a la europea y americana, que estarán por debajo de la media. Las previsiones confirman la tendencia decreciente que experimentan estas maduras regiones-destino, desde que en Europa acaparara en 1.995 el 60% de llegadas internacionales.

Las estadísticas mundiales de turismo de la OMT indican que entre los 10 países con mayor gasto por turismo internacional, 5 se encuentran en el continente europeo (Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Países Bajos). El ocio, el recreo y las vacaciones sigue siendo la motivación de cada 2º viaje en el mundo, seguido de cerca por el turismo de salud y visita a familiares y amigos. Los medios usados para el viaje siguen siendo el avión, preferentemente, y la carretera.

Sin perjuicio de limitaciones y casuísticas locales diferentes (por ejemplo, la del caso que ocupa este trabajo, las islas Canarias), se puede considerar como referencia de encadenamiento comercial de la oferta TAC la que expone Higgins (1997) para el turismo de naturaleza, que define cuatro actores fundamentales en este segmento de la industria turística: cliente final, tour-operador en origen, operador turístico en destino y empresa local. La especialización regional en el

encadenamiento comercial especializado aparece como característica diferenciadora frente al del turismo genérico y gran tour-operación (*ibíd.*).

Otro dato de interés que debe ser tomado en cuenta es el grado de filtración de ingresos al exterior que promueve principalmente la gran tour-operación, quedando las comunidades locales al margen del beneficio que el turismo les puede ofrecer. Desde un 55% y hasta un 90% del precio de un paquete de turismo en áreas naturales puede quedar en manos de grandes corporaciones. El grado de desarrollo económico y de diversificación de la actividad en las comunidades locales es probablemente un factor de gran influencia para intentar disminuir estos porcentajes (Lindberg *et al*, 1997:26).

Como último aspecto que se incluirá en este capítulo para caracterizar el marco de situación global, debe hacerse referencia al aspecto de imagen-destino o imagen-país. Según el informe de Future Brands (2009), sobre lo que se puede considerar un ranking de atractivo o reconocimiento de una nación en el concierto turístico internacional, las 4 primeras posiciones como “marca-país” son ocupadas por E.E.U.U., Canadá, Australia, y Nueva Zelanda. Todos ellos destacan en cuanto a atractivo de sus paisajes, riqueza natural, amabilidad de sus gentes, calidad de vida, y oferta al aire libre y para familias, como destinos que se desearían visitar de nuevo o como país para vivir. En este ranking general siguen cuatro países europeos (Francia, Italia, Reino Unido, Alemania) y Japón. España se sitúa en décima posición, con destaque especial en gastronomía, vida nocturna y oferta para familias (datos 2008).

El mismo informe refleja el incremento de la mayor concienciación sobre el binomio “valor-precio” por parte del viajero e indica las tendencias de viaje que ganan fuerza: la planificación del viaje en torno a eventos únicos, vacaciones semi-permanentes, viaje sin itinerario fijo y el deseo por experimentar – conocer y entender - la autenticidad del destino.

## **6. MARCO SITUACIONAL III: ÁREA DE ESTUDIO Y ACTIVIDAD TURÍSTICA**

Sin profundizar en el detalle, en el presente capítulo se ofrece una visión general de las principales magnitudes y características del sector del turismo en las islas Canarias, como información complementaria para describir el rol que desempeña el TAC y para evaluar su importancia en el marco turístico regional.

### **6.1. Área de estudio**

Canarias es un archipiélago de la Macaronesia<sup>19</sup> situado en el océano Atlántico, a 100 km. de distancia de la costa noroeste del continente africano y a 1.000 km. del continente europeo, entre las coordenadas 29° 24' 40" y 27° 38' 16" de latitud Norte y de 13° 19' 54" y 18° 09' 38" de longitud Oeste (ISTAC).

La región está formada por 7 islas de origen volcánico, con geografía, condiciones climáticas y biodiversidad singulares y variadas (de oeste a este, El Hierro, La Palma, La Gomera, Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote), a los que se añaden 6 islotes y 600 roques. Suman una longitud de costa de 1.553,89 Km., de los cuales 435,71 Km. corresponden a costa baja o playa y 78,8 Km. a obras artificiales (ISTAC; datos de 1986).

---

<sup>19</sup> Nombre de etimología griega que significa "islas afortunadas". Es utilizado fundamentalmente para expresar un concepto biogeográfico y botánico que incluye a las islas Canarias, Azores, Madeira, Salvajes y Cabo Verde, en el océano Atlántico.



Figura 6: Mapa de situación de las islas Canarias. Fuente: [www.geology.com](http://www.geology.com)

El archipiélago cuenta con una población de derecho de aproximadamente 2,1 millones de habitantes. La mayor densidad de población la presentan las islas más habitadas: Gran Canaria (532 h/km<sup>2</sup>) y Tenerife (436 h/km<sup>2</sup>) (ISTAC datos del padrón municipal 2009).

## 6.2. Importancia del turismo en Canarias

La región es un destino prioritario para los europeos y atrae cada año a cerca de 12 millones de visitantes. De éstos, aproximadamente 9 millones proceden del extranjero y 1 millón son residentes en Canarias. El flujo de visitantes se distribuye por islas de la siguiente forma: Tenerife 38%; Gran Canaria 29,6%; Lanzarote 16,5%; Fuerteventura 13,3%; La Palma 1,3% (ISTAC, en base a datos AENA para 2008).<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Valores aproximados. Respecto a La Gomera, a modo de referencia, la afluencia turística al principal atractivo de la isla puede servir de referencia: el Parque Nacional de Garajonay es visitado anualmente por 860.000 personas (datos del Ministerio de Medioambiente Rural y Marino del Gobierno de España).

A pesar de haber disminuido su tasa de crecimiento y su aportación al PIB regional, el sector del turismo sigue siendo pilar fundamental en el sistema económico de las islas. Según estadísticas oficiales, agrega un 27,2% al PIB (11.820 millones €) y un 32,9% al empleo (316.834 trabajadores) en la región. Supone un 9% de la inversión privada en infraestructura y equipamiento, un 9,4% del gasto público y un el 27,1% de la recaudación tributaria de Canarias (EXCELTUR, 2009).<sup>21</sup>

Los principales capítulos de aplicación inversora en el sector turístico siguen siendo “infraestructura hotelera” y “bienes y servicios de transporte”. La inversión en servicios culturales y recreativos queda en último lugar de prioridad.<sup>22</sup>

### **6.3. Modelo turístico**

El modelo turístico de Canarias se basa en la oferta de las “3S”.<sup>23</sup> Se ha apoyado en una profusa infraestructura turística, tanto de alojamientos, como de restauración y servicios, en un buen sistema de transporte y comunicaciones por vía aérea y marítima, interregional y con el continente europeo, y en más de 50 años de experiencia turística.

Desde hace décadas se ha apostado por atender las necesidades de una demanda generalista y estandarizada con una infraestructura hotelera de grandes y lujosos establecimientos que proveen toda clase de servicios, con paquetes cada vez más completos (“todo incluido”) ofrecidos por tour-operadores internacionales y, últimamente, abordando los mercados por vía de líneas aéreas de bajo coste.

El impacto social ha sido grande, hasta el punto de que la propia cultura local ha perdido parte de su consideración como parte real de la idiosincrasia canaria,

---

<sup>21</sup> Valor agregado al PIB por efectos directos e indirectos del turismo.

<sup>22</sup> *Ibíd.*

<sup>23</sup> “*Sun, Sea & Sand*”, en referencia al producto de sol y playa.

quedando relegada a un segundo plano, a la sombra del novedoso desarrollo turístico, como señala Domínguez, convertida “en objeto de comercio” (Domínguez, 2008).

Con el tiempo, la evidencia de signos de saturación en la oferta, principalmente en la alojativa, y del impacto creciente del desarrollo turístico,<sup>24</sup> propició una corriente de declaraciones deontológicas institucionales y la aparición de propuestas para aplicar nuevos enfoques en la gestión turística del destino. Ello permitió ofrecer una base de referencia y de refuerzo al encauzamiento de la voluntad y coordinación política para establecer límites al crecimiento turístico y definir calidades a la actividad.

Con lo anterior, el agotamiento del producto “sol y playa”, la consolidación de los nuevos valores del turismo post industrial, la creciente responsabilidad ecológica y social y los efectos de la crisis económica, han forzado la puesta en valor del patrimonio natural y cultural regional.

Han sido varios los logros en la estrategia de diversificar la oferta y recuperar el tradicional interés del visitante por otros atractivos originales de la región, además del que muestran por el buen clima, las zonas de baño y las comodidades de la infraestructura turística. Los resultados se extienden de forma paulatina a todo el archipiélago. Se han apoyado en un esfuerzo de conservación, protección y gestión de los atractivos naturales y culturales, impulsado por organismos de la administración pública.

Aquí se incluyen los intentos de puesta en valor de numerosos entornos naturales, la rica biodiversidad, los singulares hábitats y paisajes, fiestas de interés turístico reconocido (por ejemplo, los carnavales) o no (acudiendo al rescate de tradiciones

---

<sup>24</sup> Estos efectos fueron lógicamente de mayor magnitud en aquellas islas que concentran la actividad (Tenerife, 36%; G. Canaria 26%; Lanzarote 17%; Fuerteventura 16%)

emblemáticas y al apoyo a celebraciones del folklore local) y una creciente oferta de museos y eventos e iniciativas socioculturales y de ocio.

Para los espacios naturales se han diseñado planes con directrices de gestión y se ha realizado un notable esfuerzo de equipamiento turístico (señalética, diseño de rutas, centros de visitantes, etc.). También ha dado impulso la declaración como Reservas de la Biosfera de las islas de Gran Canaria, El Hierro, Fuerteventura y Lanzarote, la inclusión de diversos recursos (la ciudad de San Cristóbal de La Laguna y del Parque Nacional de Las Cañadas del Teide (ambos en Tenerife), el Parque Nacional de Garajonay o el silbo gomero<sup>25</sup>) en la lista UNESCO de Sitios Patrimonio de la Humanidad y de Patrimonio Cultural.

El aprovechamiento de los recursos naturales y culturales ha ganado, por tanto, en voluntad y ha atraído el interés de los tomadores de decisión en la política de desarrollo turístico (administraciones públicas locales, insulares y regionales), aunque nunca adoptando un rol de liderazgo, ni en el planteamiento ni en la planificación.

La mirada hacia el entorno rural ha ido acompañada de un refuerzo del turismo rural, aunque básicamente enfocado sobre el sector alojativo, sin impulsar de forma integral las actividades turísticas complementarias afines a este segmento de mercado (turismo activo, de naturaleza, tradiciones, usos y valores socioculturales locales, contemplación y bienestar, etc.)

La formación profesional turística se ha abordado de forma especialmente importante en las islas mayores, desde los centros de formación especializada (hoteles-escuela), para el sector hotelero principalmente, y desde los programas de formación de guía turístico. Últimamente, se ha reforzado la colaboración con

---

<sup>25</sup> Un lenguaje silbado de la época prehispanica, utilizado en La Gomera. Más en: [www.silbogomero.es](http://www.silbogomero.es)

centros universitarios y se han apoyado programas de formación de asociaciones turísticas.

Aún con todos estos avances hacia un nuevo modelo turístico, prepondera la imagen de sol y playa instalada en el mercado, que sigue con fuerza bajo el argumento “vía de escape al frío invierno europeo”, que ha caracterizado a la región desde su consolidación como destino turístico internacional. El producto “sol y playa” sigue acaparando en 2007 la mayor parte de la demanda (83,69%), muy por encima del producto cultural, golf, náutico o rural (datos del Cuadro de Mandos del Turismo Sostenible de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias).

La oferta actual del destino es multi-producto e integra los clubes de producto “golf”, “ocio”, “congresos”, “bienestar”, “volcanes”, “deportes de mar” y “familias”. Bajo este paraguas común con el que se promociona Canarias, cada isla desarrolla su oferta diferenciadora:

- El Hierro, como destino de submarinismo y como punta de lanza del proyecto de sostenibilidad en Canarias.
- La Gomera y La Palma siguen una oferta orientada hacia el turismo rural y de senderismo y culturas tradicionales.
- El modelo de Tenerife define zonas turísticas para el turismo deportivo, de relax, de alto nivel adquisitivo y familiar, todas ellas con el sol y playa y la gran infraestructura hotelera como denominadores comunes. El turismo rural y de naturaleza se configura como oferta en segundo plano.
- Gran Canaria atrae, como Tenerife, un mayor volumen anual de visitantes. Al igual que ésta, enfoca su oferta hacia un modelo multi-producto para aprovechar la diversidad de recursos naturales, culturales y de infraestructura y servicios turísticos existente.
- Lanzarote basa su oferta en la singularidad de su geografía y naturaleza volcánica. También, junto con Fuerteventura, en sus playas, aunque en



esta isla, el mar, la costa y la playa son parte primordial de la oferta (baño y windsurfing, museos, naturaleza).

Actualmente, permanecen sólidas las relaciones con los grandes turoperadores establecidos, necesarias para atender a los mercados emisores fieles al destino (Reino Unido, Alemania, países escandinavos) y al potente mercado nacional. Existen nuevas actuaciones de promoción en nuevos mercados (del este europeo, Rusia, China y países escandinavos).

#### **6.4. Perfil del visitante**

La demanda turística en las islas lo componen principalmente los mercados emisores de las Reino Unidos (26%), Alemania (20%), países escandinavos (7%) y los Países Bajos (5%), especialmente activos durante el período octubre – marzo. A ellos añade el importante turismo nacional (15%) que visita el destino en el período estival especialmente (junio-septiembre) (ISTAC, basado en estadísticas de AENA para 2008) y que gana protagonismo, ante el estancamiento de los mercados extranjeros. El turismo de interior regional (8,3%) se centra en estancias de corta duración.

Sin entrar en detalle sobre el perfil del visitante, se destaca que la estancia media del visitante no local es de aproximadamente 10 días, viaja sólo o en pareja, tiene edad >30 años y se aloja en hotel de alta calidad (4 estrellas de un máximo de 5 en el sistema nacional de categoría hotelera), apartamento o chalet alquilado. Destaca un alto grado de fidelidad: un 36% ha visitado anteriormente y un 23 % visita por recomendación de amigos o familiares.

El gasto medio por visitante y día es de 107 €, del cual un 36% se realiza en destino (valores aproximados) (ISTAC, datos para 2008). A pesar de la leve tendencia de aumento en el gasto medio diario, el gasto turístico total se ha

estancado (57% del PIB turístico), debido a la caída en el número de visitantes y el menor tiempo de estancia media.

El 90% de los visitantes tiene una impresión muy buena o buena del destino, siendo el clima, la hospitalidad, el servicio de taxi y los paisajes los aspectos mejor valorados, y las instalaciones de golf, el precio de los restaurantes, la oferta cultural y la oferta para el público infantil los peores.

### **6.5. Efectos de la crisis económica actual**

La actual crisis económica mundial ha tenido efecto especialmente negativo en el sector turístico de Canarias, agudizando la debilidad que causa la pobre diversificación de la estructura económica regional y la continuidad de la apuesta por un modelo de oferta turística obsoleto e insuficientemente diversificado.

El flujo de visitantes ha sido menor, en consonancia con las tendencias mundiales descritas en el capítulo anterior. El descenso ha sido de un 15% para el período acumulado enero-octubre 2009 (21,2% interanual para el periodo junio 08-09). Esta caída ha sido especialmente notable en los tradicionales mercados emisores inglés y germánico. Canarias ha sido la región española que más ha sufrido esta disminución de llegadas (valor aproximado, según el informe de coyuntura junio 2009 de la Consejería de Turismo de Gobierno de Canarias).

El número de pernoctaciones también ha disminuido de forma general un 15%, como lo hizo el ya bajo grado de ocupación de plazas hoteleras, que pasa a un 56%. Es éste el mejor de los casos, pues para el de plazas alojativas de apartamentos, la ocupación ronda el 30% y, para las de turismo rural, un 12%. El gasto turístico en destino por persona y día ha disminuido un 10% (la caída interanual del empleo hotelero ha sido también de un 10% (ISTAC, datos para 2007-2008)).

## 6.6. Contexto nacional y lineamientos de nueva estrategia

El efecto descrito anteriormente tiene relevancia en el contexto nacional, pues la industria turística canaria es un activo fundamental del sistema turístico español: aporta un 10% del PIB turístico y un 20% del gasto turístico nacional. Por volumen, atrae un 16% de los turistas que visitan España, constituyéndose en el tercer destino regional más importante del país, tras Cataluña y las islas Baleares (EXCELTUR, 2009).

El Plan de Turismo Español Horizonte 2020 es el eje rector en el diseño de la política turística de país. Se trata de un plan participativo para el que, con aportaciones de un equipo de expertos del sector turístico español, se han definido campos críticos de trabajo en los ámbitos de competitividad, sostenibilidad, innovación, cualificación profesional, conocimiento, productos y marketing.

Desde la Administración Central se afirma que la actual crisis económica no afectará la inversión en las partidas previstas en este Plan (declaraciones del Secretario de Estado de Turismo. Noticia recuperada de: <http://www.turismo2020.es/index.php?/esp/noticias/medios/ver/53>). De hecho, son muchas las actuaciones que ya en este año se han iniciado:

En 2009, la Secretaría de Turismo puso en marcha el proyecto “Think-Tur” para favorecer el crecimiento y la innovación en las PYMES empresariales. La acreditación de grupos empresariales como Agrupaciones Empresariales Innovadoras de Turismo (AEI) les permite acceder a ayudas y programas de innovación turística.

También en este año se ha creado el certificado de calidad específica para las empresas de turismo activo<sup>26</sup> y se ha firmado un convenio marco de trabajo con la

---

<sup>26</sup> “Q” es el distintivo del sistema de certificación de calidad de la industria turística española, implantado a través del Instituto de Calidad Turística de España.

más relevante Asociación de normalización y certificación (AENOR) con el objetivo de promover la elaboración y aprobación de normas internacionales de calidad sobre servicios turísticos en el seno de la Organización Internacional de Normalización (ISO).<sup>27</sup>

Al hilo del Plan Horizonte 2020 nacional y en relación a la creación de producto y promoción, la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias propuso su “Plan de Competitividad Islas Canarias, una experiencia volcánica”. Otras actuaciones regionales recientes han enfocado sobre el turismo interior (campaña promocional “Islas verdes”, en referencia a las islas más occidentales de La Palma, El Hierro y La Gomera, de carácter biogeográfico marcadamente atlántico), los deportes de agua (programa “Water Sports Experience”), el turismo familiar (“Family welcome”). De forma más tímida, sobre la fidelización (“Club de Excelencia”) y el turismo astronómico (con ocasión de la celebración del año de la astronomía y apoyado en las buenas condiciones que ofrece la región para la observación del cielo).

La región Canarias ha definido sus propios ejes estratégicos de trabajo, que han quedado plasmados en el “Acuerdo por la Competitividad y la Calidad del Turismo en Canarias (2008-2020)”, un pacto firmado entre agentes turísticos públicos y privados. Dicho acuerdo incluye líneas de trabajo en materia normativa, formación, promoción, restauración, inspección, sensibilización, rehabilitación del espacio turístico e innovación, a implementar a través de 7 programas que incluyen un total de 124 medidas.

Entre otros objetivos, con el Plan se pretende promover el uso de las TIC para compensar el efecto de la concentración de agentes de tour-operación; atender a las especificidades de cada subsector empresarial; incentivar la integración de la producción local en la oferta turística; reforzar el marco y la transparencia sobre

---

<sup>27</sup> Realizada a través del Comité Técnico ISO/TC228.

las actuaciones de inspección (se concentra la acción sobre el alojamiento y la restauración); y velar por la regeneración de los recursos y por la seguridad, profesionalidad y calidad en el servicio.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> El acuerdo ha servido como base para adaptar la normativa turística regional a los preceptos de la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior (“Directiva Bolkestein”). Esta norma europea permite el establecimiento de los servicios entre los estados miembros con la misma facilidad que dentro del propio estado. En el caso del TAC, supone la sustitución del sistema de autorización previa por una comunicación responsable del solicitante y la desaparición de la figura de guía sectorial especializado.

## 7. MARCO SITUACIONAL IV: EL TAC EN LAS ISLAS CANARIAS

### 7.1. Magnitudes y características del TAC en Canarias

Canarias es la región pionera y puntera del TAC en España. La oferta en las islas se desarrolla en La Palma, La Gomera, Tenerife y Gran Canaria. En Lanzarote y Fuerteventura, también se ha desarrollado puntualmente, como segmento específico, o integrada en un producto de ocio marítimo más genérico.

En 2009 se autorizaron un total de 35 embarcaciones, operadas por 30 empresas. La isla que tradicionalmente ha concentrado el mayor porcentaje de la actividad, aproximadamente un 70%, ha sido Tenerife, referido tanto al número de empresas y de embarcaciones, como al volumen de usuarios.

Estas cifras reflejan la actividad oficialmente autorizada. No obstante, en algunas islas empresarios o particulares ofrecen excursiones de TAC sin haber obtenido la correspondiente autorización. Se ha constatado la presencia de un mínimo de 25 embarcaciones de TAC que operan al margen de la legalidad y de forma más o menos regular. Tienen base en Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote y, en la mayor parte de los casos, se trata de embarcaciones de baja capacidad de pasaje (v. Anexo III) y con una actividad menor.

Para Canarias se estimó en 625.000 el número de usuarios de oferta TAC en el año 2008. Esto supone, según el informe de IFAW (O'Connor *et al.*, 2009), un 42,5% de la actividad de TAC en Europa y un 85% en la región biogeográfica de influencia<sup>29</sup>. Junto con Sudáfrica, Canarias constituye el principal destino del continente africano. El archipiélago ocupa el 4º puesto en el ranking mundial por número de usuarios, tras USA, Australia y Canadá (*ibíd.*). Aún así, el TAC no es

---

<sup>29</sup> Se refiere a la zona macaronésica y la costa noroccidental africana. El único destino que ha experimentado un crecimiento relevante en esta área es Gambia, con alrededor de 10.000 visitantes al año. Países como Marruecos, Mauritania y Senegal presentan actividad mínima o nula.

considerado por la administración turística regional “*como uno de los sectores más importantes*”.<sup>30</sup>

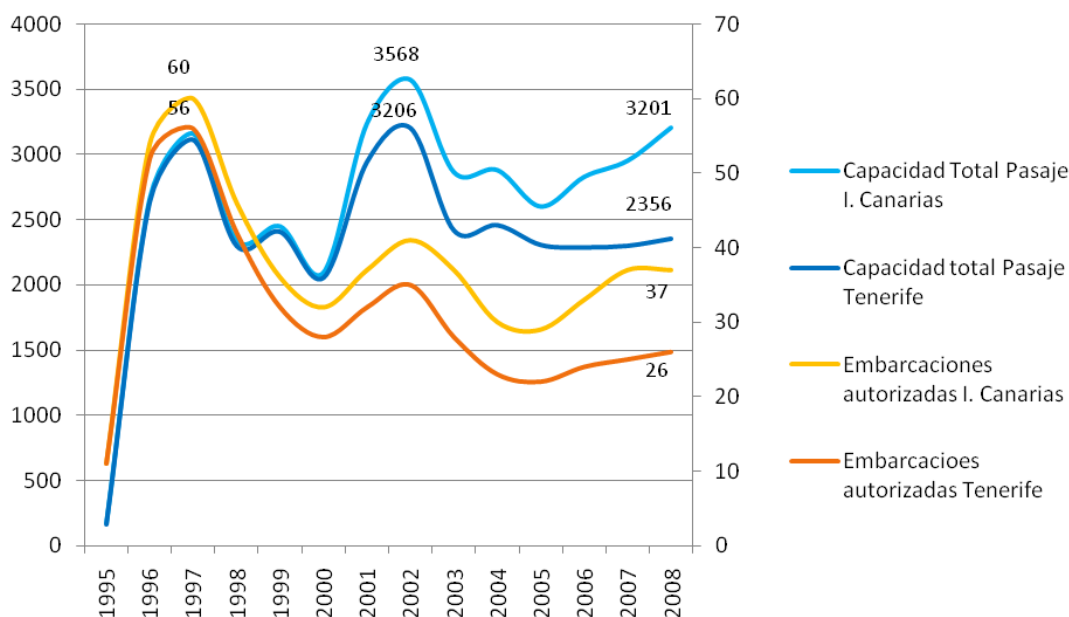


Figura 7: Evolución del TAC en las islas Canarias (1995 – 2008). Datos de la Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias. Elaboración propia.

Existen algunas diferencias cuantitativas y cualitativas en la actividad de TAC desarrollada en las diferentes islas del archipiélago canario. En Tenerife constituye una de las tres principales atracciones (junto con la visita al Parque Nacional de Las Cañadas del Teide y un parque temático de fauna exótica en cautividad). Aquí, prácticamente 1 de cada 12 visitantes participa en la experiencia de TAC.<sup>31</sup> En otras islas, el TAC se presenta como una oferta “menor”.

La oferta de Tenerife tiene como elemento diferenciador la presencia de poblaciones residentes de cetáceos. Gran Canaria y La Gomera destacan por la mayor probabilidad de avistar una mayor diversidad de especies. En

<sup>30</sup> Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, comunicación personal de la Directora General de Ordenación Turística (23 de diciembre de 2008).

<sup>31</sup> Según datos de la administración insular sobre la afluencia de visitantes durante el año 2008.

prácticamente todos los destinos TAC de la región, el avistamiento de algún cetáceo está garantizado.

En cuanto a diseño del producto, en Gran Canaria la oferta se asemeja a la de Tenerife, salvando la diferencia (decreciente) en el volumen de usuarios. En la primera, las zonas de avistamiento están cerca de la costa (aproximadamente a 15-20 minutos de trayecto), mientras que en Gran Canaria es necesario realizar una travesía de 45 minutos hasta llegar a ellas, pues las poblaciones de cetáceos se encuentran a 5-6 millas de costa.

En La Gomera, el TAC destaca por ser una oferta más cercana al ecoturismo. Similar es el caso de La Palma. En Fuerteventura y Lanzarote, se ha construido una oferta turística en torno a los cetáceos como complemento al amplio abanico de actividades de ocio en el mar que es posible realizar y como un atractivo más de los muchos que se incluyen en las excusiones marítimas ofertadas.

El TAC es ofrecido por negocios que difieren en estructura, organización, enfoque empresarial y oferta. Abarca desde micro-empresas familiares hasta empresas que operan a gran escala.<sup>32</sup> Por lo general el margen de beneficio y la capacidad financiera de las empresas son limitados, siendo los capítulos de comisiones, sueldo de personal, combustible, tasas portuarias, seguros y publicidad los más destacados en la estructura de costes de los emprendimientos.

La diversa oferta se puede agrupar en 2 tipos básicos de excursión: una de mayor duración (3-5 h.) realizada en grandes embarcaciones (+55 pax), que incluye un amplio conjunto de servicios complementarios, ideada para grandes grupos; y otra

---

<sup>32</sup> A fecha de elaboración del estudio, 6 embarcaciones de gran capacidad (+55 pax.) han dejado de operar. La principal empresa que ofrecía TAC a gran escala en Tenerife (Freebird, con 5 embarcaciones de gran capacidad) había cesado operaciones, dejando numerosas deudas, desempleados, en un claro acto de irresponsabilidad empresarial (empresario anónimo de TAC en Tenerife, com. per., 11 de noviembre de 2009).



más corta (2,5 h.), realizada en embarcaciones de menor tamaño (8-50 pax.) y con una oferta más limitada de servicios.

Aparte de la presencia a bordo de un guía sectorial oficialmente autorizado, requerida en todas las excursiones por la regulación vigente, existe un amplio conjunto de actividades, productos y servicios ofrecidos como valor añadido a la oferta: catering, transporte de cortesía, merchandising diverso, animación a bordo, actividades para público infantil, fotografía y video.

Muchas empresas combinan en su producto la experiencia de TAC con otras actividades (motos y atracciones de agua, baños en mar abierto o playa, buceo, paseos costeros, excursiones en jeep, senderismo, pesca deportiva, viaje a playas o espacios naturales remotos). Algunas de ellas, han consolidado esta articulación de producto con una clara visión de diferenciación comercial, definiendo un producto innovador sólido que abordan con otra estructura de precios.

## **7.2. La demanda**

El perfil del usuario de TAC parece no diferir del visitante “corriente” que viaja a las islas y se siguen las preferencias de destino de la dinámica turística generalista. En Tenerife, el mercado de origen es principalmente alemán e inglés, principalmente, aunque también se evidencian otras nacionalidades (holandeses, franceses, italianos, rusos).

Destaca la importancia del mercado español peninsular durante los meses de alta temporada (julio-agosto). En Gran Canaria, el perfil de nacionalidad es similar, si bien la presencia de mercados escandinavos es mayor. Los datos apuntan a una presencia de segmentos más jóvenes de edad durante los meses de verano.

Es insignificante el porcentaje de usuarios que viaja a las islas motivado por una experiencia de avistamiento de cetáceos. El principal motivo de viaje sigue siendo

disfrutar de un tiempo de ocio con buen clima y playas. De encuestas realizadas durante los años 2002 a 2004 se concreta el perfil del usuario de la oferta de TAC:

- presencia significativa de un segmento público más joven (21-30 años) entre los usuarios de TAC, junto con los rangos de edad más habituales del perfil general del visitante de Canarias.
- los principales puntos de información de los usuarios resultaron ser agencias locales y turoperadores y los establecimientos alojativos, con casi un 30% en cada caso.
- Una minoría del 15% de los encuestados declaraba haber obtenido información en el lugar de origen, y lo había hecho a través de amigos o familiares principalmente, y prensa escrita o televisión.
- El encuentro con los animales sigue constituyendo la principal motivación del viaje para un 42%, siendo significativas también otras motivaciones, como “experimentar una excursión diferente” o “probar la experiencia de navegar”.
- nivel de satisfacción general de la experiencia “buena” o “excelente” para casi la totalidad de los entrevistados, tanto como excursión de placer, como por la relación calidad-precio, el valor educativo o la calidad del servicio.
- Otro dato de interés es el hecho que el 93% de los entrevistados recomendaría la excursión, de los que un 95% lo haría motivado por la experiencia con los animales
- En cuanto al tipo de embarcación, si bien los entrevistados consideran los de tipo “motovelero” de cualquier tamaño como los más satisfactorios para la experiencia, opinaban que el uso de los de pequeña capacidad causarían un menor impacto sobre los animales y que las embarcaciones de visión submarina eran poco adecuadas.
- Otras atracciones turísticas realizadas por los entrevistados se relacionaban principalmente con recursos paisajísticos y de naturaleza.

### 7.3. Comercialización y efecto arrastre

La demanda a gran escala, que asegura grandes grupos y flujo continuado de usuarios, se capta a través de los intermediarios turoperadores nacionales (Iberojet, Travelplan) e internacionales (Thomas Cook, Soltour, Apollo, Sudtur). Se trabaja sobre comisiones, que varían entre el 25 - 30% (Gran Canaria) hasta el 50 - 65% (Tenerife) sobre el precio de ticket de excursión de TAC. Esto supone porcentajes ocasionalmente superiores al típico porcentaje de gasto turístico en destino que se filtra al exterior en países en vías de desarrollo (Lindberg *et al*, 1997:26). El volumen de ingresos directos generados por la venta de excursiones se estimó en 19,8 millones € para 2008.

En destino, la oferta de TAC se publicita y vende frecuentemente junto con otras actividades turísticas, en un tipo de intermediación multi-oferta que tiene lugar en el propio establecimiento de la empresa de TAC o en agencias locales de receptivo dedicadas a la venta de tickets de excursiones y atracciones en general. También se acude a establecimientos de alojamiento y de alquiler de coche, y existe venta a pie de calle.<sup>33</sup>

Como acciones promocionales se acude a la oferta de plazas gratis por número mínimo de personas, descuentos por compra en línea o para el público infantil, ticket de excursión gratis en caso de no avistamiento de cetáceos o a otras realizadas puntualmente con ocasión de días señalados o eventos especiales.

La presencia de las empresas operadoras en Internet crece, aunque aún es mayormente pasiva y se limita, en la mayor parte de los casos, a proveer

---

<sup>33</sup> La venta ambulante ha traspasado el espacio público, habiéndose constatado actividad de venta en los propios establecimientos alojativos. El problema de acoso comercial en zonas turísticas con gran movimiento de visitantes, aunque ha mejorado, sigue constituyendo un destacado elemento de merma de satisfacción del visitante y que genera mala imagen del destino. El sector de TAC no ha permanecido ajeno a ello. No es inusual que se intente vender la excursión abordando a los clientes potenciales en los propios establecimientos hoteleros.

información, imágenes y vías de contacto. Algunas empresas presentan una página web más avanzada con servicios añadidos, información adicional sobre la actividad y los recursos turísticos o enlaces de interés, pero pocas ofrecen posibilidad de compra en línea o un sistema de reservas. Los idiomas utilizados son: castellano, inglés, alemán y francés.<sup>34</sup>

Con respecto al posicionamiento en internet, muchas empresas se localizan mediante búsquedas web específicas, pero pocas aparecen si se usan términos genéricos alusivos a la actividad y el destino. La lista de resultados en búsquedas alusivas al destino “Canarias” dista mucho de ofrecer la cantidad de resultados que se obtiene en el caso de otros destinos como Hawái, USA, Australia, Canadá o Nueva Zelanda.<sup>35</sup>

Junto a la oferta planificada de TAC, algunas empresas ofrecen viajes semanales de largo recorrido, chárter de embarcación, pesca deportiva, ocio náutico e incluso alojamiento y alquiler de vehículos. También se articula la oferta de TAC con otras actividades de empresas externas, tales como ocio náutico o senderismo aunque a de forma más esporádica, generalmente a iniciativa de éstas.<sup>36</sup>

Otras empresas, profesionales y organizaciones civiles, activas en el campo de la fotografía, investigación, interpretación del medio y educación, han enfocado su interés sobre el mundo de los cetáceos y el medio marino.

#### **7.4. Regulación y gestión**

Únicamente las embarcaciones que disponen del distintivo “Blue Boat” (bandera amarilla concedida anualmente por la Viceconsejería de Medioambiente) están oficialmente autorizadas a ofrecer este servicio turístico. El desarrollo de la oferta

---

<sup>34</sup> Anexo XIII.

<sup>35</sup> Datos referidos a búsquedas en Google, realizadas a fecha de 6 de diciembre de 2009 sobre 15 páginas web y usando términos en idiomas español, inglés y alemán relacionados con el TAC. Anexo XIII.

<sup>36</sup> Por ejemplo, la agencia Olimpia2000 de Gran Canaria o Teno Activo, en Tenerife.

de TAC requiere de comunicación previa a la agencia turística regional, a través de la Dirección General de Ordenación y Promoción Turística de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias. En dicha comunicación, el solicitante declara de forma responsable que cumple con los requisitos legales contenidos en los decretos reguladores de la actividad. A partir de ahí, se otorga la bandera distintiva.

Siendo competencia de la agencia turística asegurar el cumplimiento de los requisitos administrativos establecidos para el ejercicio de la actividad, recae sobre la agencia medioambiental la gestión, el monitoreo, la investigación y la supervisión de los aspectos medioambientales que se relacionan con el desarrollo de la misma, es decir, con los recursos que aprovecha, las áreas de actividad, las interacciones que se producen y el impacto que se genera.

En el caso de Canarias, los recursos-objetivo del TAC son especies amenazadas o vulnerables que habitan áreas marinas protegidas (AMP)<sup>37</sup>. Los esfuerzos de la Dirección General del Medio Natural, departamento responsable en el gobierno regional, se centran en lograr integrar conservación de los cetáceos, sostenibilidad de uso, planificación consensuada y divulgación.

El marco legal establecido, iniciado con la publicación del decreto autonómico 320/1995 y el posterior decreto 178/2000 que lo deroga, impone un conjunto de estrictos requisitos administrativos, ecológicos y divulgativos a las empresas que pretenden ofrecer experiencias de avistamiento de cetáceos. Son tales como la necesidad de contar con estudios de ruido e impacto ambiental para las embarcaciones, la presencia de guías oficialmente titulados por el Gobierno de Canarias que acompañen a los visitantes durante la actividad y la oferta de un programa de interpretación medioambiental, entre otros. Además, dicha normativa

---

<sup>37</sup> Se refiere a las áreas que han sido declaradas Zonas Especiales de Conservación (ZEC) en base a la Directiva "Hábitat" (92/43/CEE), descrito en la sección 4.2.1.

incluye un código de conducta en presencia de cetáceos, de obligado cumplimiento.

La publicación de estos decretos supuso un importante paso para establecer adecuados estándares de calidad en la actividad y para intentar minimizar los impactos negativos provocados. Esta legislación fue una de las pioneras y más completas en el mundo, y ha servido de base para el posterior Decreto 1727/2007, que regula la actividad a nivel nacional (Anexo XIV).

Recientemente, la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior (“Directiva Bolkestein”), permite el establecimiento de los servicios entre los estados miembros con la misma facilidad que dentro del propio estado. Con ello, se deben modificar la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias y los Decretos afectados. En el caso del TAC, ha supuesto la sustitución del anterior mecanismo de autorización por el mencionado de declaración responsable y la desaparición de la figura del guía de turismo sectorial en modalidad de observación de cetáceos.

La declaración de Zona Especial de Conservación para la Red Natura 2000 impone la necesidad de implantar Planes de Gestión, siendo competencia de la Dirección General de Recursos Pesqueros del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino del Gobierno de España.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Se prevé que los futuros planes de gestión de las áreas declaradas ZEC recojan las regulaciones relativas al desarrollo del TAC vigentes hasta el momento.

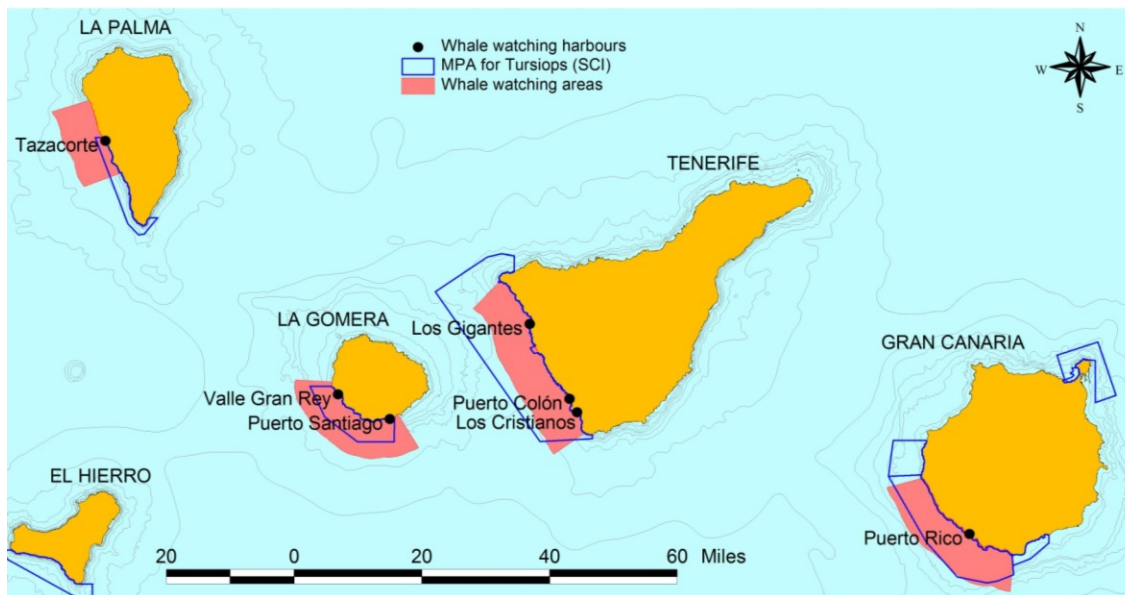


Figura 8: ZEC para Natura 2000 en base a delfín mular (*Tursiops truncatus*) y zonas con oferta autorizada de TAC (2009). Fuente: Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias.

El esfuerzo de la administración pública regional desarrollado hasta el momento se ha completado con la oferta de un programa de cualificación profesional para guías sectoriales<sup>39</sup> y la labor de seguimiento que puntualmente se ha realizado en las zonas de avistamiento para controlar el cumplimiento del código de conducta y para evitar la competencia desleal y las prácticas abusivas por parte de empresas operadoras y particulares.

## 7.5. Abordaje cualitativo del TAC: evolución, gestión y situación actual

Las actividades de avistamiento de cetáceos se iniciaron en las islas Canarias a raíz de la difusión del primer reportaje documental sobre la comunidad residente de calderones tropicales de la costa del suroeste de Tenerife, realizado por el científico Jacques Cousteau en los años 80. A partir de ese momento, se hizo notable el crecimiento de la oferta entre pescadores locales y dueños de embarcaciones privadas, los cuales ofrecían a los visitantes extranjeros

<sup>39</sup> Desde 1997 y hasta la fecha de elaboración de este trabajo se habían habilitado 145 guías sectoriales en modalidad de Observación de Cetáceos y se habían impartido un total de 6 cursos de formación.

excursiones “para ir a ver las ballenas”, como fuente alternativa de ingresos. Posteriormente la oferta se extendió a otras islas, impulsada por empresarios locales y extranjeros.

De estudios realizados sobre el sector en Tenerife (Elejabeitia et al, 2002; Elejabeitia y Servidio, 2004) se desprenden algunas consideraciones de partida válidas y aplicables a todo el archipiélago.

Desde sus comienzos, la actividad se apoyó en la industria de turismo generalista y en la cultura turística adquirida. Los grandes intermediarios internacionales han aumentado con el tiempo la intensidad de sus operaciones con y en el destino. Han sido estos turoperadores y agencias de viaje generalistas los que han canalizado la comercialización del TAC en origen, incluyendo la oferta en la cada vez más amplia variedad de opciones ofrecidas en sus paquetes vacacionales.

Las elevadas comisiones con las que ha operado el mercado ha sido forzada tanto por la oferta, en una clara guerra de precios, como por los propios tour-operadores, para compensar el menor volumen de visitantes y como estrategia de negociación. Con ello, la capacidad de maniobra de las empresas operadoras locales ha quedado marcadamente limitada.

Al no ser oferta prioritaria, el TAC ha carecido de impulso promocional específico por parte de las agencias públicas responsables locales, insulares, regionales o a nivel nacional. Algunas agencias insulares de promoción turística han recogido de forma tímida el testigo y ya incluyen la oferta de avistamiento de cetáceos en sus portales de Internet, aunque sin ofrecer suficiente información, ni de calidad. Salvo excepciones, no desarrollan proyectos turísticos relevantes en torno al TAC.

Existen riesgos de una mayor degradación de las condiciones naturales de las zonas de avistamiento, que afectarían tanto al hábitat como a los animales que



alberga. Estos riesgos se refieren a la contaminación acústica y por residuos y derivan de los procesos de urbanización masiva e insostenible de las zonas litorales, del importante tráfico marítimo existente y de otros usos del medio marino (pesca, acuicultura, “water thrills”, oferta ilegal y presencia de embarcaciones privadas de ocio).

La integración de la comunidad local ha sido pobre desde el inicio de la actividad. Sólo desde hace algunos pocos años se evidencia una dinámica más intensa y generalizada de participación. Actualmente, las iniciativas que promueven dicha integración son principalmente las apoyadas o impulsadas desde la agencia medioambiental y desarrolladas en colaboración con o por asociaciones sin ánimo de lucro.

Estas iniciativas se centran en programas educativos para escolares, talleres de toma de contacto para el público general, proyectos de investigación de cetáceos (foto-identificación, estudios de población y distribución, estudios de genética, acústica y comportamiento, gestión de varamientos), monitoreo de la actividad TAC, o la participación de dichas asociaciones y profesionales relacionados con el mundo de los cetáceos en eventos culturales divulgativos sobre estos animales y el medio marino (eventos musicales, charlas, conferencias y exposiciones).

Por su parte, el empresariado se ha mostrado interesado en estrechar la relación con la comunidad local y crecen las colaboraciones con las iniciativas mencionadas.

De las valoraciones efectuadas durante las entrevistas<sup>40</sup> se desprende que los empresarios de TAC se refieren como aspectos más valorados: las acciones para dinamizar la demanda, la colaboración para minimizar riesgos y amenazas y,

---

<sup>40</sup> Las entrevistas se realizaron a propietarios y responsables de empresas locales de TAC (n = 25) con autorización oficial en 2009, o que la habían solicitado antes de entrada en vigor de la nueva regulación. Se obtuvo una cuota de participación del 60%.

especialmente, varias cuestiones relacionadas directamente con la divulgación y la educación, tanto entre los usuarios como entre la población local.

Por bloques, la mayor puntuación otorgada por los empresarios correspondió a los relativos a “investigación y divulgación” y “empleo y formación”. Es cada vez más frecuente el uso de embarcaciones como plataforma de oportunidad y también crece el apoyo a iniciativas educativas para atraer al mercado local.

El bloque con menor valoración general correspondió al de “gestión pública”, Aquí probablemente pesa aún la deficiente comunicación existente entre empresa y administración pública, desde que el marco regulatorio se implantara en 1995, como se explicará más adelante. A la falta de comunicación se suma la inexistencia o deficiente vigilancia, que permite que se multipliquen los casos de intrusismo, actividad ilegal y competencia desleal, y que intensifica el ya palpable clima de desconfianza generalizado.

Las principales demandas hacia la administración pública apuntan hacia una actuación deficiente en promoción turística, vigilancia sobre el terreno, apoyo financiero para cubrir costes (principalmente de combustible) y liderazgo en el impulso del sector.

El colectivo de empresarios consideró como menos importantes aspectos netamente comerciales, tales como la necesidad de diversificar el producto, de modificar el sistema actual de comercialización o de hacer partícipe al usuario de la apoyo a los esfuerzos de conservación a través de una tasa de colaboración. Tampoco la participación coordinada con otras islas en la región ni con otras administraciones parece ser considerado con algo fundamental.

No obstante, resulta interesante destacar que de los aspectos aportados en las respuestas como “problemas” o “dificultades para el desarrollo del sector”, un 35%

se atribuyeron a la gestión pública (de las agencias medioambiental o turística con competencias en el sector), pero un 51% a aspectos puramente comerciales que generan el mercado turístico, los intermediarios comerciales o la extrema situación de competencia

Todas las opiniones recibidas apuntan hacia la consideración de internet como una poderosa y valiosa herramienta de información, publicidad, promoción y comercialización y proyección internacional, a pesar de la pobre implantación de esta herramienta en el sector, incluso como medio para canalizar una estrategia coordinada entre todas las empresas del sector.

La falta de comunicación y de asociacionismo también son considerados con aspectos importantes sobre los que debe avanzarse para afianzar la cooperación en el sector. Siendo esta la base, se plantea la idoneidad de colaboraciones comerciales y acciones promocionales conjuntas

En lo que respecta al mercado de trabajo, desde un comienzo, debido al carácter eminentemente internacional de la demanda, las funciones que requerían contacto con el visitante quedaban reservadas en buena parte a personal extranjero.

No obstante, con el tiempo y la oferta proporcionada, la cualificación profesional de los locales ha mejorado (cursos de idiomas, titulación de guías, otra formación continua) y también el conocimiento e interés por la actividad. Se ha dado así pie a entender las oportunidades profesionales y de emprendeduría empresarial que ofrece el sector.

Con ello, la población local ha podido integrarse en mayor medida en el mercado de trabajo y crear empresas de servicios relacionados con la actividad. La relación de la población local con la actividad sigue siendo lejana (no así con los cetáceos), a pesar de la notable mejoría experimentada con los años. Esta situación deriva

del tradicional desinterés de los locales por el medio marino y por la emprendeduría.

En este sentido, es interesante destacar algunos datos sobre la actitud de la población local de la actividad turística y su percepción de ésta. Los canarios tienen la conservación del medio natural como una de sus preocupaciones más importantes. Saben identificar al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico de la región, pero la asocia con la degradación del medio, el encarecimiento del nivel de vida y la filtración de capital al exterior (Consejería de Turismo, 2008).

Como se comentó, el mercado laboral en el sector de TAC es inestable y opaco. Prevalece aún la preocupación sobre cómo mantener la motivación de los trabajadores, la escasez de oferta de actualización de conocimientos y de formación especializada en general. Se consideran como fundamentales conocimientos en interpretación del medio, marinería, idiomas y trato al cliente.

Sin embargo, algunas respuestas recibidas apuntan hacia una necesidad igualmente importante: extender la oferta de formación hacia aspectos de gestión empresarial, divulgar sobre el funcionamiento de la actividad y del sector entre técnicos y gestores públicos; y construir una red de noticias que mantenga actualizado el *status quo* del sector (avances técnicos y de investigación, novedades administrativas, demanda turística afín, noticias sobre iniciativas de conservación, entre otros).

Respecto a la cuestión sobre los beneficios que generaría la consolidación de las áreas de avistamiento como AMP, las respuestas se centran mayormente en torno a la garantía de protección de los animales y de conservación del hábitat, aunque también se entiende el valor añadido que esto supone para la demanda. Se

entiende, por tanto, entre el empresariado, el nexo de unión entre conservación y beneficio económico, al menos desde la teoría.

La satisfacción del cliente es uno de los argumentos más recurridos entre los empresarios. Se comprende que la necesidad de innovar el producto es fundamental, y así lo refleja la numerosa variedad de propuestas contenidas en las respuestas recibidas, tanto como innovación de producto como valor de servicio añadido al visitante. Buena parte de las propuestas se orientan hacia la mejora de la información ofrecida, la especialización en oferta cercana al ecoturismo y la oferta de merchandising relacionado con la actividad y los recursos naturales.

Cabe mencionar como destacable que, a pesar de la, teóricamente, limitada capacidad de maniobra financiera de las empresas en el sector, la mayoría de los entrevistados se muestra favorable a prescindir de beneficios a corto plazo en favor de generar una sostenibilidad económica a largo plazo (siempre que no se ponga en peligro la supervivencia de la empresa).

Es este aspecto el que refleja de mejor forma la actitud que adopta la mayoría de los entrevistados, quienes comparten como principales motivos de desarrollo de la actividad TAC la necesidad de generar ingresos y el amor al mar y los cetáceos.

La mayoría de las empresas ha implantado algunas buenas prácticas de sostenibilidad y demuestran una especial preocupación por construir la sostenibilidad desde la minimización del impacto. Muchos empresarios consideran como cubierto el aspecto de introducción de buenas prácticas con el respeto de la normativa vigente que obliga al respeto a un código de conducta y con la provisión de información.

Apenas se han detectado otras buenas prácticas introducidas que hayan surgido desde la iniciativa de la propia unidad de negocio. Muchos empresarios aluden al

desconocimiento, falta de dedicación y desinformación, como causas principales de la dejadez, en este sentido.

## **7.6. Valor añadido de la experiencia de avistamiento de cetáceos**

Se relacionan a continuación los aspectos que añaden valor turístico a la experiencia de TAC en las islas Canarias:

Expectativas de avistamiento: la existencia de poblaciones residentes de 4 especies (delfín mular (*Tursiops truncatus*); calderón tropical (*Globicephala macrorhynchus*); delfín de dientes rugosos (*Steno bredanensis*), y cachalote (*Physeter macrocephalus*)) y la presencia frecuente de otras implica una elevada probabilidad de excursiones realizadas con éxito.

Condiciones climáticas: las benignas condiciones climáticas existentes la mayor parte el año, con suaves brisas, clima seco (67% de humedad relativa), agradables temperaturas medias anuales (22°C) y medias mensuales de 1-2 días de precipitaciones y 200-280 horas de sol, además de las favorables condiciones del mar, propician un marco idóneo para el disfrute de actividades turísticas en el mar.

Interpretación de calidad: contar con guías profesionales especializados en la actividad, cuya calidad queda avalada por el reconocimiento oficial de su titulación, ha supuesto un valor añadido fundamental para el avistamiento de cetáceos. Es garantía y distintivo de calidad de servicio, a la vez que favorece la motivación del personal involucrado en la actividad.

Servicios complementarios a la experiencia de avistamiento de cetáceos: la calidad percibida se ve reforzada por un amplio abanico de servicios y productos incluidos como parte de la oferta, tanto antes como durante y después de la experiencia (transporte de cortesía, merchandising, catering, música, foto y video,

posibilidades de baño (no con cetáceos) y buceo, zonas de descanso y baños de sol a bordo de la embarcación, servicio de recogida en costa para excursionistas, paquetes combinados, etc.)

Prestaciones del equipamiento (barcos): buenas características técnicas de las embarcaciones (velocidad, autonomía, y equipamiento) permiten numerosas prestaciones y la oferta de un servicio con buen nivel de comodidad, seguridad, calidad técnica e higiene.

Acceso a zonas de avistamiento: la existencia de empresas operadoras en cercanía a destinos turísticos, el transporte de cortesía ofrecido y la relativa cercanía de las zonas de avistamientos a los puertos de salida asegura un fácil, ágil y rápido acceso a la experiencia de avistamiento de cetáceos.

Relación calidad – precio: de acuerdo a la variedad de la oferta, el rango de precios es muy variable, con una media 31 € por una excursión tipo de 2 - 3 horas. Ello se traduce en una más que aceptable relación entre las prestaciones, la calidad de servicio y el precio pagado.

Calidad del servicio: la calidad es un valor añadido fundamental y se extiende desde el momento en el que el potencial usuario toma primer contacto con la experiencia ofrecida (referencias, internet, agente viajes, empresa operadora) hasta las actividades de fidelización, incluyendo la calidad del trato, de la asistencia y de los productos y servicios ofrecidos.

Distintivo de embarcaciones oficialmente autorizadas: uno de los valores añadidos fundamentales en Canarias. Ofrece no sólo posibilidad asegurar unos estándares mínimos de calidad técnica, medioambiental, de servicio turístico y educacional. También sirve al visitante para poder distinguir la oferta legal (y la mencionada

calidad) entre toda la oferta existente, además de servir a las empresas operadoras como argumento de diferenciación y distinción.

Interpretación multilingüe: las excursiones de avistamiento de cetáceos son acompañadas e interpretadas en una diversidad de idiomas, de acuerdo al público asistente, lo que facilita la comunicación y permite captar la atención de los usuarios sobre las explicaciones proporcionadas.

Diversidad de oferta de excursiones: con la variedad de enfoques empresariales de la actividad se intenta abordar diferentes segmentos de demanda. Esto se refiere tanto a los tipos de viaje ofrecidos (desde excursiones en grandes grupos hasta viajes exclusivos orientado a un público de alto poder adquisitivo, pasando por experiencias más cercanas a un verdadero turismo de naturaleza) como a las embarcaciones usadas (desde grandes catamaranes hasta pesqueros reconvertidos, y motoveleros o lanchas rápidas de pequeña capacidad), la duración del viaje, los servicios ofrecidos o el recorrido efectuado.

Oferta de servicio continuada: relacionado con la presencia continuada de visitantes y las óptimas condiciones climáticas, las empresas operadoras ofrecen viajes de avistamiento de cetáceos durante todo el año, salvo las ocasionales interrupciones impuestas por vacaciones de personal, reparaciones y varadas de embarcación u otras causas de fuerza mayor.

Equipamiento e infraestructura turística y de servicios: en todas las islas existe suficiente infraestructura turística y de servicios relacionados directamente de la actividad (embarcaciones, puertos, atraques, servicios y personal de marinería), además de una magnífica infraestructura alojativa, de restauración, ocio y servicios comunitarios, etc., que aseguran unos elevados niveles de calidad turística en destino.



Elevada biodiversidad de cetáceos: en una superficie relativamente pequeña, la región de Canarias es una de las zonas más ricas del planeta en cuanto a biodiversidad de cetáceos, por las favorables condiciones que ofrecen sus aguas como áreas de reposo, alimentación, socialización y reproducción de los animales.

Acceso al destino: Canarias es un destino turístico que cuenta con frecuentes conexiones aéreas con diferentes ciudades del continente europeo, además de una magnífica infraestructura portuaria y aeroportuaria y un eficaz sistema regional de transporte y comunicaciones inter-islas.

Oferta turística en destino: el subsector de actividades de avistamiento de cetáceos se beneficia de la variada y amplia oferta turística existente en la región, incluyendo recursos naturales y culturales, infraestructura turística de ocio, instalaciones, equipamiento y servicios turísticos, y de su integración en los circuitos de grandes intermediarios de turismo convencional.

Regulación del sector: contar con una regulación que ordene la actividad ha supuesto un importante valor añadido que ha promovido una actividad de calidad, pues se definen parámetros técnicos, requisitos mínimos de contenido y códigos de conducta aplicables por iguales para todos los participantes, con el objetivo de minimizar los impactos negativos para los recursos naturales y para el usuario.

Vigilancia, monitoreo, investigación y divulgación: todos estos aspectos añaden valor, pues se facilita la toma de decisiones efectivas en la gestión, se mejora el conocimiento de los recursos y mejora la integración de los agentes participantes, con el consiguiente aumento del nivel de calidad del sector y de la calidad percibida por los usuarios.

### 7.7. Problemas, retos y medidas adoptadas

Actividad incontrolada creciente: sobre todo en la etapa inicial, hasta implementación de la regulación, un problema recurrente ha sido la presencia de embarcaciones que ejercían la actividad de forma ilegal, especialmente en la isla que aglutinaba la mayor cantidad de barcos (Tenerife). Son normalmente veleros o embarcaciones pequeñas o medianas que se ofrecen como chárter y de forma oportunista realizan la actividad. Las medidas adoptadas al respecto han sido la imposición del distintivo Bandera Azul, el servicio de vigilancia y la cooperación con los barcos legales. El distintivo ha facilitado el control *in situ*, pero otro reto ha supuesto el difundir entre los turistas potenciales usuarios su existencia de esa bandera azul y la importancia de contratar únicamente operadores autorizados.

Por otra parte, es fundamental la vigilancia directa mediante un barco de control en el área de actividad. La experiencia ha mostrado que mientras el barco de vigilancia está presente es más difícil que se produzca actividad ilegal. No obstante, desde el momento que no hay control y sí demanda de la actividad, aparecen de nuevo estos casos de oferta ilegal. El principal reclamo utilizado es el precio menor. La lucha contra los barcos ilegales es el mayor reto en el caso canario, junto con los problemas derivados de la alta cantidad de actividades náuticas y de recreo en la zona y el problema que ocasiona la presencia de instalaciones de cultivo marino. Hay que considerar que en general los barcos legales presentan un comportamiento con los animales mucho más respetuosos que los ilegales, pues éstos no tienen el conocimiento sobre la regulación, y las normas de conducta y de aproximación a los animales, ni pueden ofrecer una interpretación de calidad. Normalmente son los barcos legales los primeros en advertir a los ilegales de que está realizando una actividad ilegal e informar a la Administración del caso

Tramitación efectiva y consecuente de las infracciones observadas: otro problema fundamental es que las denuncias de actividad ilegal o de infracciones cometidas

se tramiten adecuadamente y se conviertan efectivamente en multas para persuadir de cometerlas nuevamente. En caso contrario, el infractor no tendrá reparo en volver a infringir la ley.

Consecuentemente, los otros empresarios operadores rechazará el trabajo de vigilancia y gestión de la administración responsable y se sentirán en una situación de indefensión que les llevará al “si uno lo hace, yo también, porque queda impune”. Hay que considerar tramitar sólo aquellas infracciones que son indudables (como tener no autorización) o flagrantes y no aquellas que puedan plantear duda probatoria en un tribunal (en el caso de Canarias, las referidas a distancias de aproximación, o del estado de alteración de los animales, por ejemplo. Así pues, la regulación debe incluir un régimen de infracciones preciso y un sistema de tramitación efectivo.

Falta de recursos financieros para la gestión: se requiere una vigilancia-seguimiento y monitorización continuada de la actividad y se requiere contar en la Administración con personal suficiente para tramitar los expedientes, fundamentalmente las autorizaciones y renovaciones. Todo ello obviamente impone disponer de forma continuada de los recursos necesarios y el problema surge cuando no se dispone de un presupuesto fijo para las actuaciones mencionadas. El reto aquí ha sido convencer al estamento político sobre la importancia y necesidad de desarrollar estas actuaciones, informarles y hacerles comprender que es una demanda que hay que satisfacer y que supone una ventaja importante para la conservación y que, además, es políticamente de gran interés para la imagen del gobierno local, regional o estatal, por la gran repercusión que tiene sobre el sector turístico.

Falta de cooperación y comunicación entre agentes participantes: el sector de TAC en Canarias está lógicamente ligado al sector pesquero marinerero, pues ya en sus comienzos se consideró por muchos de sus componentes como una

alternativa de ingresos. A la ya tradicional opacidad y aislamiento de de los profesionales de pesca se une la extrema situación de competitividad que ha acompañada la evolución del sector, debido a la excesiva dependencia de los grandes intermediarios. Las empresas operadoras han conseguido recientemente formar una asociación, si bien solamente para aunar esfuerzos y consensuar decisiones frente a un “contrincante” común: la administración pública. No obstante, es todo un logro que la asociación que aglutina actualmente a un buen número de empresas de TAC<sup>41</sup> y otros, las relaciones sean, cuando menos, más frecuentes. No obstante, la asociación no incluye entre su membresía representativa de profesionales del sector (guías, marinería, colaboradores comerciales).

Excesiva dependencia de turoperadores de turismo de masas: desde el comienzo la importancia de los grandes turoperadores generalistas que intermedian los paquetes turísticos vacacionales de los turistas a las islas, han sido pieza clave en asegurar una gran afluencia de público y de forma continuada a las empresas operadoras de servicios de TAC. Primaba la cantidad como forma rápida de crecimiento y, en este sentido, el escaso impulso emprendedor de la comunidad local (aunque existen claros signos de evolución en este sentido) favoreció la consolidación de la situación de mercado impuesta. Muchas empresas han crecido enormemente bajo este impulso, otras han mantenido una dimensión de negocio más simple, sin estar sometido a la obligación dictada por el mercado de TAC a gran escala, de añadir constantemente “valor” (servicios complementarios) para diferenciarse. El enfoque ha sido sustituido por una calidad entendida como “vuelta a la esencia de la experiencia TAC”.

Actividad ilegal (oferta oportunista, actividades desarrolladas durante el viaje): pese a la difusión de la prohibición de actuaciones ilegales como oferta de viajes sin autorización u oferta de baño con delfines, en Canarias se ha debido luchar

---

<sup>41</sup> Desde la asociación se mide su representatividad por el volumen de pasaje que representan, según declaraciones de diversos responsables de empresas TAC, efectuadas durante las entrevistas

contra la oferta ilegal y alta demanda para nadar entre los cetáceos. Ha sido necesario mantener una vigilancia continua, un seguimiento *in situ* y de la promoción en internet para descubrir quién y donde está ofreciendo viajes o actividades ilegales. Una medida fundamental es la difusión de información en medios de comunicación, hoteles, agencias de turismo y otros medios de comunicación utilizados por el visitante. Por otra parte, el caso requiere una presión ejemplar sobre los empresarios. El problema surge de la necesidad de probar la actividad ilegal, especialmente difícil en caso de baño con delfines, pues se requiere control *in situ*.

Interferencias con otras industrias: acuicultura, oferta turística de náutica recreativa, transporte marítimo: constituyen los principales temas de conflicto con el TAC, por la actividad ilegal que se puede generar y porque los animales modifican su comportamiento al rondar constantemente las jaulas de peces en el primer caso; por la oferta ilegal oportunista a la que se da pie en el segundo caso; y por los efectos negativos y riesgos que provoca el tráfico de ferri entre las islas (colisiones, contaminación, ruidos) en el tercero. A ello se suma la degradación del medio que puede provocar cualquiera de ellas o los procesos urbanísticos litorales a gran escala.

Insuficiente promoción turística específica de la actividad y los recursos naturales e integración de la comunidad local: el medio marino y las actividades desarrolladas en él, han carecido de tutela suficiente y de interés suficiente por parte. Al contrario, la existencia de numerosos empresarios extranjeros ha aumentado la aversión a este sector. Sin embargo, con una continuada e intensa labor de desarrollo de programas educativos y divulgativos, se ha hecho notable el progreso y la mayor cercanía de la comunidad local, y en esto el sector TAC no ha sido una excepción. La gestión de las agencias de turismo ha estado tradicionalmente abocada a abordar mercados principales (turismo generalista a gran escala). Con la diversificación de producto que ha impuesto la obsolescencia

del modelo de sol y playa y la evolución del perfil del turista moderno, aunque de forma tímida, progresa también en la promoción del TAC como producto de Canarias.

Fruto del déficit de representatividad o de la falta de un interlocutor de cara a la administración pública, han existido dificultades de comprensión y falta de comunicación bidireccional fluida y consenso en la relación empresariado TAC-administración pública gestora de la actividad (agencia de medioambiente). Ello tuvo efecto negativo de forma especial durante la etapa de diseño de la regulación, aunque ha supuesto un freno al posterior desarrollo de aspectos concretos, tanto de gestión como de desarrollo turístico. Aunque en Canarias esta ventaja no se ha aprovechado suficientemente, la regulación canaria creó una Comisión de Seguimiento de Observación de Cetáceos, que reúne a los diferentes participantes en la actividad, desde la Administración tanto turística como ambiental en los diferentes niveles según de quien emane la regulación (nacional, regional, local), empresarios, asociaciones de tripulantes o de guías, Universidades, entidades diversas de investigación u ONG vinculadas a los mamíferos y aves marinas (tanto a la investigación, como a la conservación y a la divulgación), agentes comerciales de la actividad (representantes de agencias de viajes y similar u órganos asociados de promoción turística).

Aunque es difícil organizar estas reuniones y gestionarlas, son de gran utilidad, ayudan a evitar conflictos, resuelven problemas de competencia e intereses varios y promueven actuaciones para mejorar la actividad atendiendo a todos los puntos de vista. Al menos se debe de reunir una vez al año cuando la actividad está funcionando normalmente, y más veces en los inicios cuando se está diseñando la regulación o produciendo ideas para mejorarla. Entre las funciones adscritas a la Comisión de Canarias:

- Asesorar, valorar técnicamente y emitir informes de carácter facultativo, a iniciativa propia o a solicitud de cualquier órgano de la Administración competente en el tema
- Promover medidas que incentiven la protección y conservación de las especies marinas protegidas frente a la realización de las actividades de observación
- Realizar labores de seguimiento y evaluación de la actividad que se solicite por parte de la Admón.

Aparte de éstas, para el presente caso de estudio podría añadirse:

- Velar por la promoción y el mantenimiento de la calidad de la actividad
- Incentivar y proponer actividades de formación en el sector y de difusión y promoción

Descoordinación entre exigencias legales y disponibilidades (guías): un obstáculo que fue rápidamente solventado fue la escasa disponibilidad de profesionales oficialmente reconocidos para el desarrollo de la actividad de guía sectorial de observación de cetáceos impuesto por la regulación establecida para la actividad de TAC. La insuficiente oferta de estos profesionales derivó del escaso acceso a dicho título por parte de los profesionales que venían desempeñando este rol durante las excursiones. Con la oferta continuada de un amplio programa de formación por parte de la agencia de medioambiente responsable de la gestión, desapareció este cuello de botella.

Inestabilidad del mercado laboral relacionado con el sector (guías, marinería, administración, etc.): este aspecto sigue siendo una dificultad a superar y deriva de la tradicional falta de tutela del medio marino y profesiones asociadas, y las tradicionales negativas condiciones del mercado laboral en Canarias.

Instrumentos de gestión pública: un reto fundamental es contar con un plan de conservación de cetáceos. Este determinará las medidas específicas a tomar en todos los ámbitos para asegurar un estado de conservación favorable de las distintas especies de cetáceos en Canarias, entre ellas las que afectan a la actividad de turismo de avistaje.

## **7.8. Perspectivas y riesgos de evolución del TAC**

Perspectivas:

- Estancamiento de la actividad
- Resurgimiento de pequeñas unidades de negocio
- Mayor intensidad de abordaje del turismo comunitario y aspectos de sostenibilidad
- Diversificación hacia producto de chárter y excursiones para contrarrestar los efectos de la crisis y el consecuente descenso de visitas turísticas a la región (15%).
- Creciente presencia y actividad en internet
- Aumento del trabajo en red con otros destinos regionales

Riesgos:

- Continuidad en la dependencia de turoperadores y disminución de la rentabilidad empresarial
- Competencia desleal, actividad ilegal y oportunista
- Interferencias con instalaciones de piscifactorías
- Desmotivación de los empresarios por exceso de competitividad y dinamización insuficiente del sector
- Mercado laboral inestable y malas condiciones de trabajo
- Comunicación y cooperación insuficiente entre agentes participantes
- Contaminación y degradación del medio por proceso urbanísticos litorales y construcción de infraestructura costera



- Desinformación y desinterés de la población local por falta de iniciativas de integración y divulgación
- Recursos insuficientes para vigilancia, supervisión, control y monitoreo de la actividad
- Estancamiento del sector por innovación y promoción turística insuficientes

## **8. DEBILIDADES, AMENAZAS, FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES**

A continuación se aporta relación de ventajas y desventajas competitivas, en base a un análisis DAFO realizado sobre aspectos que son fundamentales al planteamiento del programa de desarrollo sostenible y competitivo del TAC en Canarias.

Para determinar el alcance del análisis DAFO se ha considerado un ámbito regional y otro global de factores de competitividad: el primero, enfocado sobre el nodo de actividad (individuo, unidad de negocio, centros administrativos regionales de toma de decisión); el segundo, enfocado sobre el sector-destino-región como unidad de análisis en el contexto internacional.

Se ha atendido a los elementos que integran la realidad del destino (status y características de los recursos, capacidades y aprovechamientos existentes, actividades desarrolladas, situación de competencia interna, visión y percepciones de la población y de los tomadores de decisión) y a los elementos que describen su situación en el contexto de la industria turística (rol adquirido, competencia externa, cambios en la motivación y en la conciencia del viajero) y de tendencias y estrategias políticas, económicas y sociales (nacionales, globales). El análisis se ha realizado, por tanto, bajo la perspectiva de cada uno de los mandatos y relaciones contenidos en el prisma de sostenibilidad.

Así, se ha tomado como base de partida los elementos clave detectados para la actividad de TAC y descrita en los capítulos 7.6 (valor añadido), 7.7 (problemáticas) y 7.8 (perspectivas y riesgos). Sobre ellos se ha construido la matriz, añadiendo otros aspectos que influyen sobre la sostenibilidad y competitividad del sector y que surgen de la situación contextual y por las relaciones con el entorno global.

Se han considerado datos cuantitativos (abundancia de recursos, magnitudes, distribución y evolución de los flujos y segmentos turísticos, capacidades instaladas) y cualitativos (tipo y status de los recursos, cambios y evolución de la motivación turística, necesidades de cambio del modelo de producción regional, macro-tendencias globales de la industria turística, prioridades y limitaciones de actuación, impulsos a las políticas de sostenibilidad y responsabilidad, contexto geoestratégico, macro-tendencias y cambios globales).

En el análisis se han considerado las ventajas y desventajas que los dos ámbitos mencionados generan de cara a los objetivos de sostenibilidad y los requisitos de competitividad del destino.

Se ha configurado la matriz DAFO en función de los factores de competitividad, pues son éstos los elementos sobre los que el esfuerzo del programa se va a materializar para acercar los objetivos de sostenibilidad. Para la plasma de los resultados del análisis se han diferenciado 4 apartados, en consistencia con los elementos descritos por Porter en su modelo: condiciones de los factores; condiciones de la demanda; empresas afines y auxiliares; estrategia y estructura de mercado.

- Factores de producción. Se incluyen:
  - Los recursos naturales que son base de la oferta de TAC, es decir, los cetáceos y el hábitat que los alberga, y otros recursos naturales directamente relacionados.
  - Infraestructura y equipamientos usados en la oferta TAC e implicados en el plan de desarrollo.
  - Recursos humanos implicados, incluyendo emprendeduría empresarial, colectivos profesionales y sociedad civil.
  - Recursos culturales implicados en el plan de desarrollo.
  - Aspectos de administración y gestión pública implicadas en los recursos, la actividad TAC y en el desarrollo del plan.

- Condiciones de la demanda
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Se incluyen:
  - Las empresas operadoras de TAC
- La oferta de TAC, es decir, aquellos aspectos que atañen directamente al diseño del producto
  - La prestación de los servicios ofrecidos, es decir, aspectos relativos al efectivo desarrollo de la experiencia turística.
  - Aspectos de comercialización
- Condiciones de empresas afines y auxiliares, que incluye aspectos relativos al clúster turístico del TAC

## I. DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

### a. Recursos naturales

#### DEBILIDADES

- El medio marino y costero es especialmente vulnerable a las dinámicas de desarrollo turístico, debido a la intensa actividad antropogénica desarrollada, y al desconocimiento, fragilidad y complejidad de las relaciones eco-sistémicas y de los impactos ocasionados.
- Las zonas con condiciones idóneas para las poblaciones de cetáceos coinciden con las de asentamientos humanos, mayor desarrollo turístico y más intenso tráfico marítimo.
- Existe un conjunto de recursos naturales desaprovechado para usos turísticos especializados (fauna marina y costera, entornos y paisajes costeros).

#### FORTALEZAS

- Las condiciones naturales del medio son idóneas para la vida de los cetáceos
- El estado de conservación del medio marino es, en general, bueno
- Buena capacidad de recuperación biológica de zonas marinas (experiencia de Reservas Marinas existentes en el archipiélago)

#### AMENAZAS

- La actividad y el tráfico marítimo en las áreas de avistamiento son, en casos, intensos o de tendencia creciente, lo que aumenta el riesgo por:
  - ✓ contaminación de residuos sólidos, químicos, vertidos líquidos y ruidos.
  - ✓ colisiones, en especial con los ferris

#### OPORTUNIDADES

- Las naturaleza y condiciones del entorno marino-costero son idóneas para el desarrollo turístico de bajo impacto y para el aprovechamiento de los recursos con oferta turística netamente eco-turística:
  - ✓ ausencia de catástrofes naturales
  - ✓ las condiciones meteorológicas y del mar

- interinsulares de alta velocidad.
- ✓ estrés a las poblaciones, por actividad de TAC intensiva o desarrollada de forma irresponsable.
- La actividad pesquera ilegal o no gestionada eficazmente puede impactar de forma negativa por:
  - ✓ estrés biológico causado a las poblaciones de cetáceos
  - ✓ desequilibrios ocasionados en la cadena trófica (viejas → erizos → blanquiales) provocados por sobre-explotación de recursos.
  - ✓ merma del efecto de los esfuerzos de conservación del hábitat.
  - ✓ riesgo de capturas accidentales, enmallamientos y accidentes.
- La actividad de la industria de piscicultura en el área aumenta el riesgo de impacto negativo por:
  - ✓ modificación del comportamiento de los cetáceos (alimentación humana).
  - ✓ degradación de los fondos marinos bajo las instalaciones de piscifactorías (desechos de pienso alimenticio, deposiciones de peces).
  - ✓ aumento del riesgo de introducción de especies invasivas (roturas → caso de La Palma)
- Los proyectos de ampliación de infraestructuras portuarias y de urbanización costera aumentan el riesgo de ruptura de la cadena trófica (desaparición de praderas de fanerógamas → desaparición de alevines y de especies que sirven de alimento a cetáceos); de desequilibrio eco-sistémico y de degradación del hábitat, por:
  - ✓ destrucción física de los fondos.
  - ✓ mala gestión u obsolescencia de emisarios submarinos (riesgo de rotura).
  - ✓ vertidos incontrolados de aguas no depuradas.
  - ✓ uso intensivo de plantas desalinizadoras por incremento del consumo de agua y de sus vertidos de desechos (salazones)
  - ✓ mayor generación de residuos
- La política económica de desarrollo basada en la ocupación del medio y el modelo de turismo náutico pueden provocar la destrucción de entornos costeros naturales por el impacto de la infraestructura construida.
- El déficit de información sobre los recursos a locales (usuarios, población civil, son favorables y el clima es suave todo el año
- ✓ existe una de las más altas concentraciones de especies de cetáceos en el mundo
- ✓ existen poblaciones residentes y presencia de especies poco conocidas.
- ✓ los recursos son fácilmente accesibles, con avistamientos constantes, variados y cercanos.
- Opinión pública, imaginación y motivación turística:
  - ✓ el nivel de concienciación y sensibilización entre profesionales del TAC y en la comunidad pesquera sobre la necesidad de conservar y proteger los cetáceos y el medio va en aumento.
  - ✓ la población canaria considera la conservación medioambiental y de la biodiversidad como uno de los temas más importantes y aumenta su participación en las acciones desarrolladas en las costas.
  - ✓ la imagen de los cetáceos y del mar es atractiva, permite una variada imaginación e iconografía y genera diversidad de sensaciones atrayentes.
  - ✓ los cetáceos, el mar y la costa son iconos naturales que gozan de la aceptación general y son recursos turísticos de destacado rango para un tipo de desarrollo turístico cada vez más importante (turismo sostenible).
  - ✓ el status de protección de los cetáceos y la existencia de una extensa red de espacios naturales al amparo de figura legal de protección, en mar y en tierra es, al igual que el propio cetáceo, un potente reclamo turístico para el viajero postmoderno. En este caso, se extiende desde el recurso objeto de la oferta al entorno mismo, con gran alcance.
  - ✓ los cetáceos tienen un alto y reconocido valor natural, y también desempeñan una relevante función social y económica, tanto por su aprovechamiento real como potencial.
  - ✓ Canarias es un destino tradicionalmente atractivo para el visitante por sus condiciones y recursos naturales.
- La actividad desarrollada en las zonas de avistamiento es en general de bajo impacto:
  - ✓ Existe respeto de las embarcaciones de TAC a las normas oficiales de conducta establecidas.

- administración, autoridades) y visitantes aumenta el riesgo de impacto negativo porque:
- ✓ se desconoce la existencia y el valor ecológico de los recursos, la necesidad de protegerlos y las leyes aplicables.
  - ✓ los excursionistas en barcos privados no respetan las normas de conducta en presencia de los cetáceos y se produce acoso a los animales, por desconocerlas o restar importancia a la necesidad de respetar su cumplimiento.
  - ✓ la indiferencia y pobre sensibilización por parte de la comunidad local merman el impacto social positivo que pueden tener las actuaciones de conservación y protección de los recursos.
  - ✓ se infravalora el potencial de dinamización socioeconómica de los recursos y su valor para el desarrollo socioeconómico sostenible.
- El déficit en la gestión pública (vigilancia, monitoreo, control, planificación y visión) de los recursos y áreas naturales puede incidir negativamente sobre el estado de conservación de las especies y el hábitat por:
    - ✓ Insuficiente conocimiento de las características de los recursos y del medio, de las actividades desarrolladas en el área y de las interacciones con las poblaciones de cetáceos.
    - ✓ insuficiente conocimiento y control de los impactos originados a corto y largo plazo.
    - ✓ Insuficiente monitoreo del estado de conservación de las poblaciones de cetáceos, su hábitat y otros recursos naturales del medio (indicadores de sostenibilidad).
    - ✓ Déficit de planificación de recursos y actuaciones (planes de conservación para los recursos cetáceos, de gestión para las zonas de TAC, de regulación de la actividad TAC).
    - ✓ Falta de liderazgo en la asunción y desarrollo de competencias (en materia de gestión costera y marina - protección del medio, recursos pesqueros - pertenecen a la administración estatal, cuya lejanía aumenta el riesgo de planificación y gestión ineficaces sobre los recursos y el medio).
    - ✓ Desinterés para impulsar el TAC como recurso turístico y para desplegar su valor social.
  - Riesgo de impacto ocasionado por
    - ✓ No existen usos de caza de los cetáceos u otros recursos naturales (tortugas, avifauna) en la región.
    - ✓ La interacción pesquera no genera impactos negativos relevantes.
    - ✓ No se desarrolla actualmente otra industria de alto impacto
  - Sólida gestión pública regional de conservación:
    - ✓ Canarias es una región líder en materia de regulación y gestión del TAC
    - ✓ se dedican recursos específicos a la gestión de los cetáceos y del TAC, incluyendo investigación, red de varamientos y actuaciones de información y divulgación.
    - ✓ existe diversidad de normas, sistemas y proyectos para la protección y conservación de los hábitats y la biodiversidad marina (convenios y normas internacionales, red Natura 2000, red de ENP, Reserva Integral de Pesca, proyecto de cooperación GESMAR).
  - Investigación y divulgación
    - ✓ La intensa y valorada actividad investigadora de universidades y organizaciones privadas genera importantes resultados para mejorar el conocimiento de los cetáceos y su hábitat.
    - ✓ Se han desarrollado con éxito iniciativas privadas culturales y educativas para mejorar el conocimiento de los cetáceos y del medio marino y favorecer la concienciación sobre sus valores.
  - Visión y acción institucional internacional
    - ✓ Algunas aguas regionales y áreas marinas costeras gozan de marco legal de protección (ZMES, ZEC)
    - ✓ El TAC es reconocido mundialmente como valiosa alternativa económica al uso letal de los cetáceos.
    - ✓ Existe un importante respaldo legal nacional (Legislación española) y significativa actividad de la comunidad internacional para la protección de los cetáceos y para promover su uso no letal (CMS, CBI, UICN).

prospecciones petrolíferas (tráfico, vibraciones), parque eólicos “off-shore” y maniobras militares (sonares de baja frecuencia)

- Impacto por modificación de las condiciones del hábitat provocados por el cambio climático (la acidificación del medio minora la productividad de fitoplancton, aparición de especies invasoras por tropicalización de las aguas).

## I. DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

### b. Infraestructura y equipamiento

#### DEBILIDADES

- En algunos casos, uso de embarcaciones de excesivo tamaño, más adecuadas al turismo de masas.
- Déficit de infraestructura y equipamientos especializados sobre los cetáceos, la naturaleza marino costera y el mundo marinero-pesquero en general. Este aspecto deriva de la tradicional falta de tutela del sector pesquero y el medio marino en las islas Canarias, por parte de las administraciones públicas y, consecuentemente, de la deficitaria concienciación y demanda social por parte de las comunidades locales.
  - ✓ No existe señalética turística específica adecuada
  - ✓ No todas las instalaciones portuarias (recintos portuarios, lonjas, puestos de primera venta, establecimientos comerciales) están suficientemente equipadas y adecuadamente acondicionadas.
  - ✓ Existen instalaciones desaprovechadas para usos turísticos específicos (áreas portuarias, centros de recuperación, otras zonas y estructuras costeras) y sin contenido turístico
  - ✓ No todas las embarcaciones pesqueras ofrecen adecuadas condiciones de calidad para uso turístico.
  - ✓ No existen centros de interpretación de apoyo en todos los destinos de TAC.
  - ✓ No existen adecuadas instalaciones de mantenimiento náutico en todas las islas.

#### FORTALEZAS

- La infraestructura turística es variada y de calidad. Este aspecto es otro de los pilares básicos de la motivación humana y responde a necesidades básicas en la pirámide de necesidades (seguridad, higiene y comodidad), además de incrementar la capacidad de elección.
  - ✓ Existe buena infraestructura de transporte aéreo, marítimo y terrestre y buena conectividad para acceder a los destinos de TAC, tanto inter- como intrarregional y local.
  - ✓ Existe buena y variada infraestructura portuaria, con suficientes servicios ofrecidos *in situ* o en las poblaciones adyacentes a las zonas de avistamiento.
  - ✓ Existe suficiente y variada flota de embarcaciones dedicadas al TAC y a actividades de pesca artesanal. Con ello se amplía la paleta de productos y la posibilidad de elegir por parte del visitante, incidiendo positivamente sobre la calidad percibida.
  - ✓ Existen instalaciones portuarias y poblados con idiosincrasia marinera que se adecuan a los objetivos del programa.

#### AMENAZAS

- Desinterés por equipar las instalaciones portuarias y zonas costeras a los objetivos del programa y obstáculos al uso de las existentes
- La actual política de desarrollo turístico puede provocar la desaparición de instalaciones y núcleos tradicionalmente marineros, que se ven reemplazados por cada vez mayores y más sofisticados complejos portuarios y por

#### OPORTUNIDADES

- El turismo de intereses especiales permite complementar el uso de las instalaciones portuarias, mediante la puesta en valor de uso de los ámbitos y ambientes marino – pesqueros, sin comprometer los usos actuales.
- El turismo permite afianzar sinergias de uso de las embarcaciones e instalaciones pesqueras y contribuir a su actualización



moderna infraestructura de vía pública.

- Falta de recursos destinados a adecuar y mantener las instalaciones a usos turísticos.
- Algunas instalaciones portuarias están sometidas a concesiones privadas, lo que provoca un incremento de costes por uso.
- Aplicación de la Ley de Costas estatal (delimitación de dominio público) a núcleos netamente marinos sin figura de protección legal.

técnica, puesta en valor y al incremento de rentabilidad en su uso.

- Las embarcaciones se adaptan a las diversas posibilidades de uso turístico y constituyen una idónea plataforma de oportunidad para la investigación y la divulgación medioambiental, así como para la promoción turística. Se contribuye al conocimiento, a la dinamización y a la integración social y de diversos ámbitos de actividad económica.

## I. DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

### c. Recursos humanos

#### DEBILIDADES

- Perspectiva personal y aptitudes sociales:
  - ✓ visión de aprovechamiento del medio costero y marino tradicionalmente limitada al uso personal y consuntivo (pesca, el marisqueo, el baño y el paseo en embarcación).
  - ✓ escasa consideración del turismo como fuente válida de ingresos, por pobre nivel de integración con la actividad turística.
  - ✓ desconocimiento e infravaloración de los usos y tradiciones culturales y desinterés generalizado por promoverlos.
  - ✓ déficit de iniciativa empresarial.
  - ✓ déficit de responsabilidad personal y social.
  - ✓ aptitudes de comunicación mejorables.
  - ✓ minusvalía del potencial de jóvenes emprendedores y mujeres
- Red e interacción social:
  - ✓ reticencia al protagonismo y comunicación deficitaria
  - ✓ frecuente clima de rencillas personales y desconfianza entre profesionales del sector TAC, colectivos marineros y pesqueros y pequeñas comunidades.
  - ✓ débil papel de la mujer en los colectivos marineros y pesqueros
  - ✓ débil integración e interacción social entre miembros de los colectivos pesqueros y escasa apertura a la comunidad.
  - ✓ débil clima de cooperación y trabajo en equipo y fragmentación de los colectivos.
  - ✓ desconfianza y lejanía emocional generalizada de comunidades locales frente a administración pública.
- Déficit de capacitación técnica:
  - ✓ Déficit de capacitación profesional en las comunidades pesqueras (interpretación atención al visitante, idiomas, TIC, gestión empresarial, manejo de alimentos, prevención y gestión de riesgos)
  - ✓ No existe conocimiento suficiente sobre las implicaciones y los requisitos de sostenibilidad y de calidad de servicio turístico.
- La dedicación empresarial y profesional requiere labor intensiva, lo que deja poco

#### FORTALEZAS

- Idiosincrasia y perspectiva personal:
  - ✓ El trato humano y la sensación de cercanía es factor clave de éxito turístico y la amabilidad del canario es una de sus características reconocidas y es usada como atractivo turístico.
  - ✓ La visión del canario, que considera la conservación del medio como una de sus prioridades, armoniza con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales marinos y costeros.
- Colectivos relacionados:
  - ✓ La masa crítica de empresarios y profesionales es suficiente como para afianzar una visión de proyecto común.
  - ✓ Algunos empresarios de TAC proviene del sector pesquero y/o mantienen estrechos vínculos con él.
  - ✓ Algunos miembros de comunidades locales atesoran gran cantidad de recursos culturales relacionados con el ámbito mariner – pesquero
  - ✓ Destacable colectivo de profesionales de interpretación del medio y guías turísticos y otros profesionales y especialistas relacionados con los cetáceos y la naturaleza marina. La función del guía es fundamental en una oferta turística sostenible y competitiva, pues afecta al nivel de integración con el destino visitado por parte del usuario y a la satisfacción y la voluntad de éste de repetir y recomendar. El caso de estudio ofrece una base sólida en este sentido.
  - ✓ El amplio conjunto de interesados y de profesionales con experiencia, relacionados en los ámbitos turístico y conservacionista con los cetáceos y el medio marino en la región (investigadores, guías, educadores, artistas, guías profesionales, aficionados al buceo) presentan, por lo general, un elevado grado de conocimiento, nivel de compromiso y motivación.

tiempo a la capacitación o actualización profesional y búsqueda de alternativas.

- Limitaciones de acceso al empleo, a la especialización y al mantenimiento de buenas perspectivas laborales, debido a un mercado laboral inestable, opaco y poco dinámico en general.
- Impactos de la gestión pública:
  - ✓ la nueva directiva europea favorece la actividad de personal especializado foráneo más capacitado.
  - ✓ desaparece la tutela de la figura del guía sectorial de cetáceos por parte de la administración turística, en base a la nueva normativa.
  - ✓ tradicional falta de tutela de los colectivos pesqueros por parte de las agencias públicas y desmotivación para reconocer las necesidades y el potencial de las comunidades pesqueras locales.

#### AMENAZAS

- El desconocimiento e inexperiencia en la implantación de proyectos de desarrollo local participativo en comunidades costeras puede aumentar el temor a la participación, la desmotivación y el desinterés.
- La introducción de proyectos de innovación turística puede provocar rechazo en colectivos y comunidades.
- Desinterés por participar en acciones formativas, de actualización de conocimientos o de recualificación profesional.
- Desinterés por impulsar acciones formativas especializadas relacionadas con el programa y priorización de otras actuaciones formativas por parte de las administraciones públicas.

#### OPORTUNIDADES

- Aumentar la oferta turística especializada produce un impacto positivo sobre las comunidades locales costeras, pues:
  - ✓ favorece la integración entre comunidad local y visitante
  - ✓ promueve la participación local en la planificación y desarrollo
  - ✓ favorece la aceptación del turismo como fuente de seguridad y bienestar en la comunidad local.
- Atraer (mayor) demanda turística con intereses específicos produce un impacto positivo sobre las comunidades locales costeras, pues:
  - ✓ favorece una interacción de calidad
  - ✓ minimiza los impactos negativos sobre las comunidades locales
  - ✓ favorece la percepción de los aportes positivos del turismo a la sociedad local.
- La búsqueda de consenso desde la planificación turística mejora los resultados de participación en los colectivos locales:
  - ✓ mejora la comunicación
  - ✓ promueve el descubrimiento de objetivos comunes.
  - ✓ favorece la cooperación intra- e intersectorial.
- Aumento de la calidad de participación en la actividad socioeconómica de las comunidades

locales:

- ✓ Se configuran nuevas posibilidades de empleo y emprendeduría turística, especialmente entre las mujeres, cuyo carácter emprendedor puede servir como importante motor de impulso a las comunidades y colectivos pesqueros.
- ✓ Se ofrece una vía de desarrollo profesional entre jóvenes generaciones, cuyo interés por la conservación y el desarrollo sostenible es creciente.
- ✓ Aumenta el nivel educativo y de concienciación sobre los recursos naturales y culturales y su valor.
- ✓ Aumenta la autoconfianza y la calidad general de interlocución en la comunidad local para la cooperación y la resolución de conflictos.
- Puesta en valor social de las profesiones y colectivos “aislados” mediante programas formativos, educativos y divulgativos sobre la actividad pesquera y la vida marinera.
- El uso de las nuevas tecnologías facilita el acceso a cursos de capacitación y actualización profesional y a la emprendeduría.
- Capacitación profesional y iniciativas de emprendeduría existentes:
  - ✓ Existe importante experiencia en capacitación de guías sectoriales de cetáceos y generales.
  - ✓ Existen iniciativas empresariales y profesionales locales de éxito que pueden servir como modelo a seguir.
  - ✓ Existen programas educativos y divulgativos de éxito entorno a los cetáceos y el medio marino
- La elevada cultura turística en la región favorece el desarrollo de acciones de capacitación.
- El nivel de asociacionismo entre profesionales y empresarios (operadores de TAC, buceo, pesca artesanal, guías) posibilita la canalización de programas de aprendizaje y cualificación profesional.

## I. DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

### d. Recursos culturales

#### DEBILIDADES

- No existe destacable tradición cultural relacionada con los cetáceos en la región tal como ni recursos culturales especialmente relevantes o de primer orden relacionados con cetáceos como para conformar por sí mismos una oferta turística. Canarias carece de historia ligada a la industria ballenera, caza de subsistencia u otros.
- Desconocimiento generalizado y difusión insuficiente de las tradiciones culturales marinero – pesqueras.

#### FORTALEZAS

- La insularidad es una característica que impide escindir la realidad, la idiosincrasia y la imagen de la región con el medio marino y con la biodiversidad, las manifestaciones culturales y los modos de vida relacionados con el mar.
- La región cuenta con un sólido bagaje histórico relacionado con el medio marino, sirviendo de puente de unión entre los continentes africano, americano y europeo y siendo punto de encuentro de diversas culturas. La vinculación histórica de la región con el mar ofrece numerosos y valiosos recursos de cultura histórica, etnográfica y de usos tradicionales. Con ello, se facilita extender a dichos recursos los beneficios del turismo sostenible basado en el TAC. Ello incide positivamente sobre el efecto de sostenibilidad y competitividad en el aprovechamiento de dichos recursos y del destino.
- Existe una variada riqueza de tradiciones locales ligadas al ámbito marino y pesquero y comunidades que las mantienen vivas
- Existen núcleos de población que mantiene su idiosincrasia marinera.
- La rica gastronomía marinera es un potente recurso turístico

#### AMENAZAS

- Los procesos de urbanización descontrolada deterioran el estado de los recursos culturales y dificultan su mantenimiento
- Apoyo, tutela y promoción turística insuficiente de bienes y manifestaciones tradicionales de la cultura relacionada con el medio marino.
- La necesidad de buscar alternativas para generar ingresos y el modo de vida moderno favorece la desvinculación de las tradiciones y costumbres marineras y merma el valor que se les atribuye.

#### OPORTUNIDADES

- El deseo de conocimiento e integración con la cultura del destino es cada vez más demandado y forman parte de la esencia del turismo más sostenible, el ecoturismo
- Apoyar la oferta turística en la cultura del medio marino y costero permite optimizar la rentabilidad de los recursos aplicados como base de trabajo (buenas condiciones climáticas, la accesibilidad a los espacios costeros y la riqueza cultural):
  - ✓ recuperando y poniendo en valor de uso el patrimonio cultural local, para los locales como para los visitantes.
  - ✓ impulsando la emprendeduría empresarial

y profesional relacionada con el patrimonio cultural

- ✓ generando recursos mediante la promoción del gasto en destino
- ✓ reforzando la unión social y la autoconfianza de las comunidades y el valor que otorgan a su identidad como importante aspecto de desempeño en el sistema productivo.

## I. DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN

### e. Gestión pública

#### DEBILIDADES

- No existe servicio continuado de vigilancia y control, ni en puerto ni en alta mar.
- El déficit de información y formación entre agentes del servicio de inspección turística y de vigilancia medioambiental es origen de molestias a las empresas de TAC
- Enfrentamiento y lejanía entre las empresas del sector de TAC y con los agentes públicos, sin cultura de cohesión, comunicación, colaboración ni coordinación
- No existe un canal que ejerza como referencia y catalizador de todas las actividades que se desarrollan en relación al TAC en Canarias (procesos administrativos, fuente de información para profesionales y visitantes, colaboraciones comerciales, etc.)
- Lentos procesos administrativos y falta de un sistema efectivo de comunicación para la actividad turística.
- Déficit de marco legal para el desarrollo de la pesca turismo
- La administración regional permite y promueve el abuso urbanístico en zonas costeras en contra de la ley nacional.
- Escasas iniciativas educativas o culturales para acercar el TAC a las comunidades locales.
- Experiencia insuficiente de las administraciones públicas (turismo, pesca, educación, cultura) para desarrollar actuaciones en colaboración con el conjunto de empresarios de TAC.
- No se han implantado cartas de calidad ni programas de certificación turística en el sector.
- Débil presencia digital institucional relacionada con los cetáceos y el TAC en Canarias y con la cultura de mar en la región. Ello se extiende, como consecuencia, a la cultura empresarial, lo que incide negativamente en la capacidad para comunicar y poner en valor los recursos naturales y culturales relacionados.

#### FORTALEZAS

- Existencia de personal gestor con gran experiencia especializado en los recursos marinos.
- La región posee gran experiencia y ocupa una posición líder en materia de regulación de la actividad.
- Creciente apoyo a acciones de concienciación medioambiental enfocadas sobre especies y medio marinos, dirigidas a jóvenes generaciones locales.
- Estrecha relación desde el punto de vista biogeográfico en la región macaronésica y arco noroccidental africano. Son cada vez más notables los vínculos de unión entre Canarias y el litoral noroccidental africano, que se materializan en iniciativas de fomento al desarrollo económico y sociocultural, tanto locales como regionales o nacionales. Existen iniciativas de investigación y aprovechamiento sostenible de los recursos marinos, de carácter interregional (AFRIMAR, GESMAR).
- Existe voluntad política y programas de fomento para la especialización profesional y la innovación empresarial.

## AMENAZAS

- Los grandes agentes turísticos privados no han comprendido el valor del TAC como producto diferenciador y pueden incidir en la presión ejercida hacia otros enfoques. Es un aspecto que ha provocado un cada vez mayor impacto negativo sobre la competitividad turística de la región, mermando su capacidad para innovar y permanecer flexible ante las necesidades de cambio.
- El sector de pesca artesanal puede mostrarse reticente al cambio y a la integración con la actividad turística.
- Los valores socioeconómicos implantados por el modelo de desarrollo regional dificultan apreciar el valor y el potencial de la actividad y de los recursos, y comprender la necesidad de fomentar y promover un modelo de desarrollo sostenible.
- Existe debate político en cuanto a la gestión de competencias sobre las áreas marinas, que afecta a las zonas de avistamiento.
- Mercado laboral inestable y opaco, en especial, el de los profesionales del mar, de pesca y turísticos de interpretación del medio.
- En general, la cultura de responsabilidad empresarial es inexistente o insuficiente en la región.
- Deficitaria aplicación de los principios de sostenibilidad en el modelo de desarrollo turístico regional e inexistencia de una clara estrategia regional de sostenibilidad. El concepto de sostenibilidad es relativamente novedoso, de aplicación incipiente solamente, tanto a nivel empresarial como de las administraciones públicas, y frecuentemente adoleciendo de apoyo político y financiero.
- Complejidad de los marcos legales y de regulación aplicable y lentitud de procesos políticos y administrativos. Es un argumento que ha sido esgrimido por la propia clase política como obstáculo al desarrollo económico. A nivel empresarial, es asimismo considerado como una de las más importantes trabas al dinamismo y la innovación. Además, merma la aceptación de las administraciones públicas como agencias de tutela y buena gobernanza, por parte de la población.
- Diversidad de enfoque y prioridades en administraciones regionales, insulares y

## OPORTUNIDADES

- Creciente apuesta por iniciativas educativas y culturales relacionadas con la biodiversidad de cetáceos y reconocimiento del valor de este patrimonio natural. La participación informada y la integración de la población local se ven favorecidas, lo que tiene un efecto de competitividad social: se traduce en una mejor predisposición a adoptar los valores de sostenibilidad como propios de la cultura local y a entender y participar en segmentos de oferta turística con marcado componente educativo. El TAC ofrece una buena oportunidad para:
  - ✓ responder desde los estamentos políticos a la preocupación por el desarrollo sostenible de la comunidad civil y generar confianza e ilusión.
  - ✓ demostrar una verdadera iniciativa de turismo sostenible y los beneficios que puede generar en destinos desarrollados.
  - ✓ crear conciencia sobre la necesidad de adoptar conductas responsables.
- Con el programa de desarrollo del TAC se promueve:
  - ✓ ampliar el efecto arrastre sobre la actividad empresarial y el empleo en la PYME turística.
  - ✓ la desestacionalización y se genera un mayor gasto turístico
  - ✓ la consolidación de nuevos micro-destinos turísticos generadores de economía local
- La declaración de las zonas de avistamiento como ZEC para la red Natura 2000 es una base idónea para la implantación de instrumentos participativos de gestión de hábitats y especies, para garantizar la conservación de los recursos y el aprovechamiento sostenible, pues es la más importante iniciativa europea de conservación de biodiversidad.
- La declaración de las áreas de avistamiento como áreas marinas protegidas (ZEC) facilita la introducción de un programa de financiación basado en tasas de uso o impuestos a embarcaciones
- La disponibilidad de recursos financieros puede apoyarse en diversidad de programas regionales, nacionales, europeos e internacionales, por las necesidades de conservación de los cetáceos y de desarrollo sostenible.



locales de turismo. La deficiencia se explica por la existencia de largos y lentos procesos burocráticos, descoordinación presupuestaria, la escasa cultura o posibilidad de consenso y colaboración entre los tomadores de decisión de las administraciones públicas o la diversidad de prioridades.

- EL TAC no es considerado como producto de interés turístico por la agencia regional de turismo: la demanda turística de intereses especiales no es relevante al modelo de desarrollo turístico. Los clubes de producto de nuevo diseño ponderan otros segmentos que requieren grandes infraestructuras. Para otros nuevos productos, basados en mayor medida en la naturaleza, no existe la experiencia y cultura turísticas necesarias, tanto desde la oferta como desde la demanda.
- La imagen del TAC entre la población local es negativa (por supuesto hostigamiento a animales y filtración de beneficios al exterior) aunque no hay un verdadero conocimiento de la actividad
- Tradicional lejanía y desinterés por parte de la comunidad local en relación al medio marino y su biodiversidad
- La imagen exterior de la región para segmentos turísticos afines (ecoturismo, investigación) es pobre o mejorable.
- La dinámica y la inercia del modelo turístico basada en el turismo a gran escala impide consolidar una oferta turística basada en la calidad y la sostenibilidad
- Existen sólidas iniciativas públicas y privadas de concienciación y de divulgación sobre el medio y la fauna marina, tanto educativas, como culturales.
- Creciente cooperación inter-regional en el área macaronésica. Fruto de diversos programas de financiación puestos en marcha desde la CE, se ha alcanzado un notable dinamismo en el diseño e ejecución de proyecto conjuntos
- Rol clave de las islas Canarias como Región Ultra Periférica de la Comunidad Europea y como enclave estratégico para el desarrollo de la región macaronésica, de cara a transferencia de tecnología, conocimiento y cultura turística.
- Canarias se afianza como plataforma de enlace e intermediación con países de África occidental y existen potenciales destinos de TAC en zonas con incipiente desarrollo turístico en el área de influencia turística la región (Cabo Verde, costa noroccidental africana: Gambia, Senegal).

## II. DE LA DEMANDA

### DEBILIDADES

- De forma mayoritaria, la demanda actualmente atraída a destino no es especializada o no viaja con expectativas relacionadas con el TAC, el ecoturismo o el turismo de naturaleza y cultura del medio marino. El poder de la industria turística generalista establecida ha ofrecido una imagen de la región acorde a sus intereses. Con ello, se ha desvirtuado la motivación inicial de viaje a Canarias y ha mermado el desarrollo de una demanda especializada
- En general, la demanda en la región (del TAC y en su conjunto) no despliega suficientemente movilidad y actividad turística ni excesivo interés por la sostenibilidad del destino.

### FORTALEZAS

- Existe un flujo continuo de visitantes, con variaciones estacionales predecibles y un perfil de demanda conocido. Este aspecto aumenta las posibilidades de captación de demanda y continuidad del negocio, bien por conquista de cuota de mercado o bien por sinergias de oferta turística.

### AMENAZAS

- La crisis financiera ha tenido efecto negativo sobre la predisposición al viaje y el gasto turístico.
- Los segmentos de demanda turística de intereses especiales y la demanda de turismo sostenible son aún minoritarios en el sistema de comercialización turística.
- Los grandes intermediarios turísticos ponderan en mayor medida la gran escala y el interés generalista en su oferta.
- Acoso al visitante en la comercialización en destino
- El actual contenido promocional no destaca suficientemente los recursos de la naturaleza y no promueve suficientemente la participación activa del visitante para conocer naturaleza y cultura local, ni su integración, ni enfoca suficientemente sobre la sostenibilidad turística.
- El modelo turístico actual no favorece la implantación de segmentos minoritarios (como el ecoturismo o TRC) y no fomenta específicamente el turismo de naturaleza ni eficazmente la sostenibilidad turística. Puede prevalecer la imposición de experiencias de turismo generalista por parte del mercado,

### OPORTUNIDADES

- Necesidades básicas en la motivación de la demanda:
  - ✓ ausencia de factores desmotivadores tales como conflictos sociales, problemas de inseguridad ciudadana o inadecuadas condiciones de salubridad e higiene en destino
- Cambios en la motivación de la demanda turística internacional, en favor de la sostenibilidad turística y la especialización de la oferta. El TAC permite responder las expectativas de un segmento y forma de demanda cada vez más usual, extendiendo su reputación y demanda como segmento que cubre las expectativas del nuevo viajero:
  - ✓ crece el interés y la preocupación por el medioambiente y la sostenibilidad
  - ✓ se valora más la experiencia de la idiosincrasia local.
  - ✓ se buscan experiencias singulares y novedosas y emociones diferentes.
  - ✓ el viaje organizado personalmente y diseñado a medida gana terreno.
- Cambios que ha originado la crisis financiera:
  - ✓ ha revitalizado la demanda de destinos en la propia región del viajero
  - ✓ ha motivado a las agencias turísticas

debido a la prevalencia de intereses y a las necesidades de mantener en funcionamiento la “maquinaria turística” puesta en marcha para hacer frente a los elevados costes de mantenimiento generados.

- Insuficiente existencia y conocimiento de oferta turística de intereses especiales, sostenible y de calidad en la región.
- regionales a actuar sobre nuevos segmentos de demanda para responder a las carencias y déficits acumulados durante décadas de aplicación del modelo de turismo generalista y la competencia de destinos similares.
- Aumenta la introducción de conceptos, imagen y requisitos de sostenibilidad turística en el sistema de comercialización turística.
- La oferta diseñada para segmentos minoritarios permite centrar la oferta sobre la calidad y la esencia del servicio ofrecido y la individualización de la experiencia.
- Históricamente, el interés por conocer la realidad geográfica y cultural de las islas ha sido, junto con el buen clima, el motivo tradicional de viaje a la región.
- Los principales mercados emisores del destino (alemán, inglés) son afines al ecoturismo y al turismo de naturaleza.
- Los mercados centroeuropeos consideran Canarias como un destino exótico más accesible que otros destinos lejanos.
- La población local tiene el turismo de naturaleza y la conservación de los recursos naturales como algunas de sus principales motivaciones, lo que incide positivamente sobre el papel que puede jugar el TAC, dando respuesta a la demanda social. Ello redundará en un mayor nivel de satisfacción de la población.
- Emergencia de demanda turística en el entorno de la región macaronésica (arco noroccidental africano), con lo que se abre un potencial de liderazgo al desarrollo turístico, al amparo de la sólida cultura turística que ha desarrollado. Además, en ese entorno, Canarias ha sido tradicionalmente reconocida como nexo de unión cultural y puente entre continentes.

### III. DE LA ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE EMPRESAS

#### a. La empresa operadora de TAC

##### DEBILIDADES

- Las empresas de TAC son generalmente empresas pequeñas y de tipo familiar que poseen recursos (económicos y humanos) y capacidad de maniobra (financiera, operativa) limitados. Es una de las principales debilidades, dada por las características de la propia empresa y de la falta de apoyo con medidas de fomento por parte de las administraciones públicas regionales.
- Su evolución se ha regido por la reacción ante la competencia extrema.
- Responde a una demanda generalista y tiene una capacidad de innovación de oferta limitada.
- Requieren dedicación constante y absorben la mayor parte del tiempo y los recursos en aspectos operativos que se atienden personalmente.
- Ofrecen rentabilidades económicas limitadas.
- Déficit de innovación, presencia y experiencia en el uso de nuevas tecnologías de la información e internet. Aún cuando se han experimentado notables avances, la apuesta por el comercio digital y las redes de trabajo virtuales no concuerda con el nivel de desarrollo turístico de la región. Se hace más notable, si cabe, en el caso de la MPYME, debido a la pobre cultura empresarial.
- Deficitario encadenamiento comercial especializado. Se explica por la deficitaria innovación y especialización de las unidades de producción (empresas, profesionales).
- Pobre visión y escaso abordaje de colaboraciones intersectoriales, interregionales o internacionales. Ello es fruto de la deficitaria cultura empresarial y la falta de iniciativa y confianza y tradición de las empresas para comercializar en el exterior.
- No cuentan con estrategias o políticas de sostenibilidad. La deficitaria aplicación de los principios de sostenibilidad turística a la oferta y el desarrollo del negocio es problema generalizado a nivel institucional público, empresarial, profesional y personal.
- No han abordado procesos de certificación de

##### FORTALEZAS

- Se originan por tradición marinera y cercanía al medio marino y sus recursos naturales.
- Cuentan generalmente con equipamientos, estructura organizacional y procesos empresariales adecuados a su nivel de actividad.
- Cuentan con un encadenamiento comercial afianzado.
- Poseen larga cultura turística y experiencia en competitividad turística en el sector de TAC
- Algunas empresas operadoras de TAC han comenzado una estrategia de diferenciación turística. Apostar por la innovación es un importante indicio de una etapa de redefinición de un destino maduro en fase declive. Es un impulso que puede ser aprovechado como modelo a seguir por otras empresas.
- La actividad empresarial es continuada durante todo el año.

calidad, gestión o sostenibilidad en su mayoría

### AMENAZAS

- La excesiva presión de mercado desvirtúa la esencia de la empresa operadora de TAC y pone en riesgo su continuidad.
- Insuficiente respuesta de la administración pública a las necesidades empresariales:
  - ✓ competencia desleal
  - ✓ gastos operativos
  - ✓ comunicación
  - ✓ simplificación burocrática
  - ✓ contratación de personal
  - ✓ promoción turística
  - ✓ definición participativa de políticas y estrategias.
- Elevado nivel de desconfianza y competencia y escasa colaboración sectorial. Es un grave obstáculo que el sector ha de superar, pues se trata de una situación que ha permanecido invariable durante muchos años, llegando incluso a asumirse como característica inherente al sector. Esto incide negativamente sobre la capacidad de la empresa de TAC para abrir nuevos mercados de forma participativa y colaborativa.
- Apoyo institucional insuficiente para consolidar nuevos segmentos de oferta turística. Deriva de la mera priorización de los intereses de los grandes poderes empresariales establecidos.
- Necesidad de mantenimiento de costes, niveles de ocupación y utilidades de las grandes infraestructuras turísticas. La construcción de grandes infraestructuras implica, además de un elevado impacto (coste) ambiental, provoca la necesidad de hacer frente unos elevados costes económicos para asegurar su funcionamiento y evitar la obsolescencia

### OPORTUNIDADES

- El enfoque empresarial puede expandirse e integrar otra oferta relacionada con el medio marino y costero para:
  - ✓ favorecer la vocación de la empresa TAC y la renovación de la cultura empresarial mediante la innovación y diversificación de la oferta turística.
  - ✓ definir y aprovechar sinergias productivas viables a bajo coste de implantación, económico y de tiempo.
  - ✓ mejorar la capacidad de responder a las demandas de sostenibilidad en la industria turística
  - ✓ ampliar la red de colaboraciones con empresas y profesionales turísticos (turismo rural, activo, de naturaleza, museística, interpretación medioambiental) y otros con potencial turístico (sector pesquero, investigación y voluntariado, sector académico, iniciativas públicas de dinamización cultural, integración social y educación).
  - ✓ reforzar el encadenamiento comercial con intermediarios especializados (ecoturismo, turismo rural comunitario, turismo familiar, turismo de acción social).
- Las nuevas tecnologías ofrecen recursos idóneos para:
  - ✓ minimizar la necesidad de recursos económicos y humanos.
  - ✓ agilizar los procesos empresariales, comerciales y de trabajo en red.
  - ✓ favorecer la visión de una base común de trabajo.
  - ✓ favorecer la transparencia y el acceso a la información
- Existen empresas turísticas que han explorado la innovación de producto, y que incorporan un potente componente educativo y de sostenibilidad en su oferta turística, y que pueden ser aprovechadas como modelo de referencia para la expansión de la oferta y de la innovación empresarial.

### III. DE LA ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE EMPRESAS

#### b. Diseño de la oferta de TAC

#### DEBILIDADES

- Mayormente se diseña una actividad de turismo de naturaleza recreativo o “light”, pero no una verdadera emoción de integración con el medio:
  - ✓ no se enfatiza suficientemente sobre el contacto con la naturaleza.
  - ✓ no se promueve la integración con las comunidades locales
  - ✓ no se promueve la participación de éstas como parte de la experiencia
- No se aprovechan adecuadamente los recursos naturales y culturales locales.
- Aspectos intrínsecos al *statu quo* del sector TAC regional que afectan al diseño de la oferta TAC:
  - ✓ el producto es imitado
  - ✓ el producto se ofrece en algunos casos de forma masiva, intensiva y en cercanía de grandes núcleos poblacionales.
  - ✓ el producto ofrece numerosos aditivos lejanos a la esencia de la experiencia TAC
- La articulación o diversificación del producto en el segmento de turismo de naturaleza (paquetes regionales, avistamiento desde tierra, rutas costeras, astronomía) u otros aspectos (salud, gastronomía, cultura, acercamiento a la comunidad local) es pobre.

#### FORTALEZAS

- Es un sólido producto implantado en el circuito comercial turístico:
  - ✓ se apoya y combina el buen clima, agua apta para el baño, avistamiento garantizado, buen equipamiento, trato “turístico” profesional, abordaje del público infantil (en casos).
  - ✓ es un producto cómodo para el usuario, con fácil acceso, zonas de avistamiento a corta distancia de puerto y embarcaciones confortables
  - ✓ se ha integrado buena oferta de servicios complementarios antes y durante la experiencia.
  - ✓ se ha incluido la interpretación del medio como valor añadido.
  - ✓ se ha diseñado una excursión con varios atractivos en distancias relativamente cortas.
  - ✓ desde hace años existe un código de conducta que es respetado y ha sido adoptado como elemento diferenciador.
- Es un producto auténtico, y auténtico y puntero en la región y el país, que se ofrece todo el año
- La apuesta por el confort y la oferta de servicios complementarios en la oferta TAC es reflejo de que se ha avanzado en cultura turística: determinados requisitos básicos se dan por imprescindibles para asegurar un buen nivel de calidad de servicio y oferta.
- El TAC permite articulación e integración con otros segmentos e intereses especiales (cultura, familia, bienestar, turismo de base comunitaria). Algunos de ellos cuales están incluidos en el modelo turístico regional, lo que plantea importantes sinergias de diseño, articulación y comercialización de producto que pueden ser aprovechadas.
- El TAC es reconocido mundialmente como un valioso y singular segmento de actividad turística.

#### AMENAZAS

- El intrusismo sectorial y la competencia

#### OPORTUNIDADES

- Diversificar y especializar la oferta,

desleal (“water thrills”, pesca deportiva, chárter de embarcaciones), especialmente relevante puertos con gran actividad turística, distorsionan la calidad del producto TAC del destino.

- Con la presión de los grandes intermediarios:
    - ✓ merma la motivación a diseñar y consolidar nuevos tipos de producto para abordar otros segmentos.
    - ✓ se promueve una rápida imitación de la oferta.
  - No se consideran suficientemente las implicaciones y los requisitos de sostenibilidad y de calidad de servicio en el diseño del producto turístico de TAC (ni en general).
  - No existe referente ampliamente reconocido o un manual de calidad o de buenas prácticas para el diseño y desarrollo del TAC o de otra oferta relacionada.
  - Rol pasivo de las agencias públicas de turismo para fomentar la calidad personal del turista visitante y la calidad del servicio de interpretación del medio.
  - La excesiva urbanización de algunas zonas merma la calidad “eco-turística” de los productos.
  - El actual modelo turístico no promueve la movilidad del visitante ni el contacto con las comunidades del destino.
  - La persistencia del turismo generalista como principal dinamizador de la oferta puede llevar a introducir elementos que distorsionen la esencia de productos de nueva oferta para adaptarse a los requisitos de la demanda.
- canalizando nuevos productos basados y articulados con el TAC, permite:
- ✓ responder a las necesidades de competitividad de la región.
  - ✓ responder a la creciente demanda de sostenibilidad turística.
  - ✓ promover la movilidad y el aumento del gasto turístico.
  - ✓ minimizar riesgo de dependencia comercial y competencia desleal
  - ✓ ampliar la presencia y el campo de actividad y la red de trabajo.
  - ✓ atraer demanda de calidad
  - ✓ integrar colectivos, productos u servicios locales
- El mercado de oferta especializada está aún por madurar y cuenta con gran recorrido y potencial de desarrollo empresarial. Se da paso a la diversificación económica y profesional, incrementando las posibilidades de acceso al mercado y al ingreso, favoreciendo la cualificación profesional. Ello redundaría en un aumento de competitividad turística del destino
  - Existe un consolidado grupo de especialistas profesionales e interesados en temas de cetáceos y de naturaleza marino-costera. Ello implica un aumento del potencial de aprovechamiento sostenible y de participación cualificada en el desarrollo turístico, junto con las implicaciones de reconocimiento exterior que conlleva.
  - Aprovechar la diversidad biológica, geomorfológica, paisajística y el patrimonio cultural del ámbito marino-costero: numerosos recursos naturales costeros (recursos, entornos, paisajes) son integrables con el TAC. Se favorece el aprovechamiento no consuntivo y la diversificación económica, frente al desarrollo basado en la modificación del territorio y la concentración de poder. Se preservan de esa forma los recursos naturales, que son factores de producción, y por tanto suman a la capacidad de competitividad, y se promueve la conciencia conservacionista, con lo que el coste social de integrarlo a largo plazo en el modelo de vida (desarrollo) local es menor.
  - Aprovechar el desarrollo de otras actividades en el área (pesca, senderismo costero) y la existencia de asentamientos costeros que favorecen la combinación de oferta turística.
  - Aprovechar otros espacios e instalaciones

con potencial de uso turístico para expandir el área de operaciones mediante sinergias de bajo coste.

- Aprovechar el potente recurso turístico que es la gastronomía.



### III. DE LA ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE EMPRESAS

#### c. Desarrollo de la experiencia de TAC

##### DEBILIDADES

- El uso de embarcaciones de gran capacidad merma la calidad percibida de la experiencia y desvirtúa el concepto de TAC de calidad en el usuario.
- La interacción personal es deficiente o inexistente.
- La función interpretativa del guía y el contenido del programa educativo son deficitarios, y no se aprovechan suficientemente los medios interpretativos.
- La experiencia no integra suficientemente al visitante con los recursos naturales y culturales locales.
- Merma de calidad percibida por otra actividad antropogénica en el área:
  - ✓ las instalaciones de piscicultura tienen un impacto negativo sobre la actividad y visual sobre el usuario.
  - ✓ presencia de gran número de embarcaciones de TAC en áreas de actividad intensa
  - ✓ la presencia de embarcaciones privadas durante el desarrollo del TAC es esporádica, aunque la distorsión causada es importante.
  - ✓ la actividad TAC desarrollada frente a costas con gran invasión urbanística provoca un impacto visual negativo.
- No se aplican suficientemente los aspectos de sostenibilidad o no se muestran los implementados durante el desarrollo de la experiencia.

##### FORTALEZAS

- Se cubren las expectativas de avistamiento del visitante.
- Las condiciones de prestación del servicio de TAC aumentan la calidad percibida:
  - ✓ salvo raras excepciones, se cubren suficientemente las expectativas de avistamiento
  - ✓ generalmente se dan buenas condiciones climáticas y del estado de la mar
  - ✓ cortas esperas
  - ✓ variedad de actividades ofrecidas durante la excursión
  - ✓ servicios complementarios
  - ✓ embarcaciones cómodas
  - ✓ buen trato del personal
  - ✓ uso de varios idiomas
  - ✓ entretenimiento y catering a bordo.

##### AMENAZAS

- La ausencia de control y vigilancia administrativa facilita la operación a empresas sin garantía de experiencia y calidad en la oferta TAC con el consiguiente efecto negativo sobre la oferta del destino.
- La supresión de la figura del guía sectorial merma la calidad de la experiencia de TAC.
- La persistencia del turismo generalista como principal demanda puede mermar la calidad

##### OPORTUNIDADES

- Existen numerosos recursos y entornos naturales y del patrimonio cultural del ámbito marino- costero que permiten enriquecer la actividad de TAC:
  - ✓ ofrecen mayor diversidad de ocio al visitante.
  - ✓ enriquecen la experiencia a nivel emocional y educativo.
  - ✓ minimizan el riesgo de impacto negativo provocado por choque cultural y favorecer

perseguida en la nueva oferta.

- Déficit de calidad en el desarrollo de nueva oferta por inexperiencia y descoordinación en la articulación de producto.
- ✓ el conocimiento y la integración con la realidad del destino mejoran el nivel general de satisfacción que al visitante produce la estancia en el destino.
- Existen prácticas de sostenibilidad ambiental, económica y social que añaden valor al producto y al desarrollo del servicio turístico, actuando como potentes elementos de diferenciación turística.

### III. DE LA ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE EMPRESAS

#### d. Comercialización

##### DEBILIDADES

- Impacto del modelo turístico generalista:
  - ✓ la utilidad que genera el TAC dependa de la captación de grandes cantidades de visitantes de los grandes turoperadores.
  - ✓ la actividad esté supeditada al patrón de estacionalidad del turismo generalista.
  - ✓ excesiva competencia y desconfianza en el sector.
  - ✓ capacidad de negociación comercial muy limitada.
  - ✓ se extiende el intrusismo profesional y la competencia ilegal
- Inexperiencia y posición de desventaja de la pequeña empresa en el acceso al mercado de demanda especializado.
- Percepción de acoso al visitante en la comercialización en destino
- Impactos y déficits del encadenamiento comercial actual:
  - ✓ las comisiones de intermediación son abusivas y merman significativamente la rentabilidad de las empresas operadoras de TAC
  - ✓ la comercialización a pie de calle y venta ambulante provoca acoso al visitante y un impacto visual negativo.
  - ✓ no se abordan de forma efectiva segmentos de demanda de turismo de observación de naturaleza, de carácter ecoturístico o afines (científico, de fotografía, educativo).
  - ✓ existe déficit de conocimiento especializado por parte de intermediarios en destino.
  - ✓ la presencia web y la aplicación de las TIC en información y comercialización es insuficiente, especialmente en relación al 2.0 (interactividad) y 3.0 (redes).
  - ✓ No existe un seguimiento “post-experiencia” del visitante ni un verdadero afán de fidelizar.
  - ✓ No hay un programa específico de promoción como destino TAC y sólo algunas de las mayores empresas se integran en la promoción exterior.
  - ✓ El sector de TAC se ha desarrollado

##### FORTALEZAS

- Existe una estructura y un encadenamiento comercial consolidado y oferta de turismo marino en todas las islas. Ello facilita la implantación de una estrategia a nivel regional.
- La oferta se comercializa en destino y está ampliamente publicitada en el área turística anexa a los puertos de salida.
- Existe sólida experiencia comercial en la oferta de TAC y de servicios complementarios antes y durante la experiencia.
- El TAC complementa la principal oferta turística regional (sol y playa) y se dan condiciones para comercializar el producto de TAC en el marco del modelo regional y complementando la oferta de productos del destino (familias, salud, astronomía, volcanes).
- El perfil de la demanda existente es conocido

según las prioridades del modelo de desarrollo de turismo generalista de masas, lo que ha ocasionado un estancamiento basado en la guerra interna y la sumisión a intereses de grandes intermediarios, generalmente foráneos. Las posibilidades de evolución profesional y la utilidad empresarial han quedado reducidas al mínimo.

#### AMENAZAS

- La dificultad de consolidación comercial en destino puede venir dada porque:
  - ✓ se produce rechazo a la innovación y al cambio por parte de algunos actores protagonistas, por inexperiencia, falta de visión y desmotivación y reticencia para abordar nuevos segmentos de mercado y nuevas actividades.
  - ✓ la diversidad de políticas e intereses empresariales merma la eficacia de la colaboración comercial.
  - ✓ la inercia de la guerra de precios provoca competencia desleal en la fijación de comisiones y rentabilidades reducidas.
  - ✓ las condiciones impuestas por los intermediarios limitan la capacidad de maniobra del negocio.
  - ✓ las agencias turísticas regionales y mayoría de agencias de viaje locales carecen de información especializada y experiencia sobre la actividad TAC y el potencial de desarrollo turístico relacionado.
  - ✓ la nueva oferta se despliega comercialmente de forma descoordinada.
  - ✓ no se abordan adecuadamente o no se alcanzan los segmentos de demanda objetivo
- Segmentos especializados de demanda pueden priorizar otros destinos de TAC con oferta similar porque:
  - ✓ el peso del turismo generalista en la región choca con las motivaciones de la demanda especializada.
  - ✓ la región no cuenta con una imagen netamente positiva entre la comunidad internacional, en relación al TAC, por la masificación de la actividad.
  - ✓ existen otros destinos TAC más acordes a la esencia de la oferta y que gozan de mejor imagen (Azores, Madeira).

#### OPORTUNIDADES

- La experiencia turística y la imagen icónica de la región en Europa favorecen la afluencia de visitantes y la construcción de conectividad aérea con el continente.
- El nivel de satisfacción del usuario actual de TAC y del visitante actual del destino pueden servir de apoyo al mantenimiento de una imagen positiva.
- Existen otros productos turísticos del ámbito costero-marino que son comercializables en articulación con el TAC.
- Existen productos de naturaleza que forman parte del modelo regional que son articulables con el TAC
- La existencia de experiencia de TAC en casi todas las islas y de condiciones idóneas en todas permite el diseño de un modelo regional
- Existen instituciones y asociaciones que ofrecen una base sólida para constituir un órgano integrador, canalizador y catalizador de las iniciativas comerciales.
- Los principales mercados emisores de Canarias (alemán, inglés) y otros europeos cuentan con canales de intermediación especializados.
- El uso de las TIC abre un importante campo para apoyar y explorar nuevos mercados, herramientas de trabajo y fidelización, canales y acuerdos de comercialización.
- La menor dependencia de los grandes intermediarios permite enfocar sobre la calidad y agilizar la introducción y consolidación comercial de nuevos productos turísticos, así como definir estándares propios de calidad y sostenibilidad.
- La configuración de una plataforma comercial regional mejora el impacto sobre el mercado.
- El incipiente desarrollo turístico de áreas anexas (costa africana) puede ser usado como

- ✓ el modelo regional no ha consolidado productos eco-turísticos en las islas como atractivo del destino.
  - ✓ se da un cambio general de la demanda turística y preferencia por destinos competidores.
- fuerza complementaria al impulso comercial de las iniciativas del programa de desarrollo de TAC.
  - El TAC de Canarias es producto turístico líder en los mercados emisores de influencia.
  - Fuertes ofensivas promocionales turísticas de la región y elevado nivel de cultura turística. Existe un encadenamiento comercial y promocional que puede ser aprovechado, incluyendo relaciones empresariales, formación de grupos de influencia o presencia en eventos internacionales.

## IV. EMPRESAS AFINES Y AUXILIARES

## DEBILIDADES

- Déficit del conglomerado de empresarios y profesionales:
  - ✓ escasa tradición de planificación estratégica y cultura asociacionista
  - ✓ clima de desconfianza y déficit de comunicación
  - ✓ falta de visión común de desarrollo turístico
  - ✓ colaboraciones limitadas a aspectos de corte social
  - ✓ deficitaria búsqueda intereses y objetivos comunes y sinergias económicas.
- No se cuenta con estrategias o políticas de sostenibilidad ni se han abordado procesos de certificación de calidad, gestión o sostenibilidad, en la mayoría de los casos.
- No se ha apostado suficientemente por la especialización en una oferta de calidad cercana a la eco-turística. Tiene un origen atávico en la cultura turística regional, y ha sido consecuencia de la visión deficitaria, primero y de la presión de la gran empresa, después.
- Ausencia de asociaciones de turismo especializado con peso específico como interlocutor frente a intermediarios turísticos y administraciones. La tradicional falta de iniciativa empresarial se une a las limitaciones para las relaciones sociales y para el trabajo coordinado, actuando como freno al asociacionismo y a la consolidación de nuevas formas de colaboración inclusivas de MPYME.
- Las iniciativas asociacionistas existentes no despliegan todo su potencial (cofradías, asociaciones de guías, asociaciones de empresarios TAC).
- No existe representación "formal" del clúster de actividad turística y es un concepto poco conocido entre los pequeños empresarios turísticos.

## FORTALEZAS

- El aprovechamiento no letal de las poblaciones de cetáceos genera un relevante negocio y actividad socioeconómica, basados en investigación, fotografía y turismo, favoreciendo el reconocimiento de su valor para y entre la población local.
- Existe un número relevante de empresas y profesionales afines al sector y con intereses en los recursos naturales del medio marino-costero, las tradiciones y cultural relacionadas con el medio marino.
- Creciente experiencia y variedad en oferta de turismo de naturaleza marino-costero en la mayoría de islas (senderismo, kayaking)
- Existen empresas de turismo marino y de turismo de naturaleza en todas las islas.
- Experiencia exitosa de colaboración entre algunas empresas y profesionales con intereses en la naturaleza, la cultura del medio marino costero y el turismo afín:
  - ✓ asociación entre empresas TAC.
  - ✓ colaboraciones de clubes de buceo y otros colectivos a proyectos de conservación medioambiental.
  - ✓ colaboración de empresarios TAC con organizaciones de voluntariado e instituciones y organizaciones de investigación.
  - ✓ colaboraciones de colectivos de investigación y profesionales con intereses en el medio marino con promotores de eventos y obra social de instituciones privadas.

## AMENAZAS

- Capacidad de acaparar la generación y canalización de actividad turística por parte

## OPORTUNIDADES

- El turismo es una actividad fundamental en el sistema productivo regional

de empresas de turismo generalista

- Reconocimiento y apoyo insuficientes por parte de administraciones públicas al clúster de turismo en la naturaleza marino- costero para consolidar nuevos encadenamientos turísticos. Deriva de la mera priorización de los intereses de los grandes poderes empresariales establecidos
- Falta de cohesión de participantes por:
  - ✓ distancia física y fragmentación del territorio
  - ✓ diversidad de prioridades y visiones de desarrollo económico
  - ✓ insuficiente tiempo disponible para participar activamente y con continuidad en la acción grupal
  - ✓ ausencia de figura de liderazgo
  - ✓ ausencia de flujo continuado de comunicación
  - ✓ ausencia de institución “madre” con dedicación específica que ofrezca representatividad, sirva de apoyo, canalice, catalice y lidere.
- Como producto turístico, el TAC permite la integración del sector de pesca artesanal regional y ofrece posibilidades de recualificación profesional.
- Buena predisposición de algunas empresas TAC a la colaboración plena
- Creciente nº de empresas de turismo en la naturaleza que incluyen el entorno marino y costero en su estrategia de negocio. El mar y la costa están siendo redescubiertos desde un enfoque menos invasivo, en consonancia con el sentir local y la nueva motivación turística mundial.
- Profesionales, organizaciones ambientalistas y empresas de turismo de nueva creación pueden aportar un importante empuje
- El uso de nuevas tecnologías coadyuva al objetivo de fidelizar y conformar un sector con imagen sólida
- El TAC se basa de forma importante y promueve la especialización de conocimientos, de competencia profesional y de empleo. La especialización es fundamental a la sostenibilidad económica, pues aumenta la posibilidad de acceso a la actividad económica, dinamiza la participación cualificada y tiene un efecto positivo sobre la calidad de servicio percibido por el visitante.
- El turismo marino y costero, incluido el TAC, integra el Clúster Marítimo de Canarias
- Existen experiencias de configuración institucional de clúster que pueden servir de modelo a seguir (Tenerife Rural o similares)
- El Estado promueve y apoya la asociación de empresas innovadoras en turismo.
- Existe una importante tradición de cooperación interregional con profesionales e investigadores de cetáceos (Azores, Madeira)

## 9. PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO DEL TAC

El programa de desarrollo turístico que se propone se ha estructurado en base a 5 necesidades fundamentales de la sostenibilidad competitiva en turismo:

- Necesidad de asegurar el aprovechamiento turístico sostenible de los recursos naturales, de apoyar el mantenimiento de unas favorables condiciones de conservación de recursos y entornos naturales y de añadir valor a las iniciativas de conservación y protección de los recursos marinos que forman la base del atractivo turístico.
- Necesidad de promover el diálogo participativo y la cohesión social en el planteamiento de iniciativas de desarrollo turístico, la planificación de estrategias y la toma de decisiones consensuadas, para fortalecer la idea de acción común y competitividad turística territorial.
- Necesidad de promover especialización y diversificación de producto turístico, especialmente sobre la base de la oferta de turismo en la naturaleza, turismo rural comunitario<sup>42</sup>, ecoturismo y segmentos turísticos de intereses especiales, aprovechando para tales segmentos los recursos y atractivos que ofrecen valor turístico añadido y las ventajas competitivas existentes.
- Necesidad de elevar el nivel de educación, capacitación profesional y emprendeduría de todos los implicados en la actividad turística, de cara a favorecer una participación de calidad, tanto desde la demanda y oferta turísticas, como desde la demanda de producto y servicios del encadenamiento comercial, el fomento de la PYME turística y la gestión de los recursos del destino y de las relaciones y procesos que se generan entre los participantes del clúster turístico.

---

<sup>42</sup> Éste ha sido definido como “un nuevo concepto de turismo rural que, considerando las particularidades socio-ambientales del país, desvela un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas, que potencia el desarrollo endógeno por medio de la creación y el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas y que favorece el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales” (Revista AMBIENTICO, marzo 2006).



- Necesidad de plantear una plataforma amplia de trabajo que permita consolidar una base de desarrollo turístico a nivel regional macaronésico y construir una imagen-región para la demanda de turismo sostenible.

Consecuentemente, el programa se ha dividido en los siguientes apartados: definición de integrantes de clúster (recursos turísticos, actores participantes), propuesta de productos integrantes del programa y propuesta de acciones estratégicas a desarrollar.

### **9.1. Clúster: recursos turísticos**

Se expone una relación de los recursos turísticos que integran la base del clúster para el programa de desarrollo del TAC. Debe considerarse como integrantes de un conglomerado turístico con identidad propia, que maximiza el potencial de competitividad cuando sus elementos (como factores de producción) concurren y se ponen en valor conjuntamente en el destino.

#### *9.1.1. Características climáticas y del medio*

El buen clima es el principal atractivo turístico del destino. Es un atractivo constante y transversal a todos los segmentos de oferta turística. Durante la mayor parte el año, las condiciones climáticas reinantes son benignas y las condiciones del mar son favorables para la navegación y el baño.

El clima propicia por tanto un marco idóneo para el disfrute de actividades turísticas en el mar o en la costa. Entre ellas se incluye el TAC. Las costas del S-SO de las islas, de aguas más calmas, situadas en sotavento a resguardo de los usuales vientos alisios, son las que ofrecen mayor probabilidad de observar cetáceos. Las zonas de avistamiento se encuentran en todos los casos en cercanías de costa.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> S-SE en las islas orientales (Lanzarote y Fuerteventura).

### 9.1.2. Recursos naturales

La existencia de poblaciones residentes de cetáceos, su amplia y variada distribución regional, y la elevada y singular biodiversidad presente durante todo el año, como mencionado, son todos aspectos fundamentales y que añaden gran valor a la consideración de estos recursos naturales como elemento diferenciador del clúster de competitividad TAC en Canarias.

En la región se ha evidenciado la presencia de hasta 26 de las 72 especies incluidas en la Convención de Especies Migratorias (CMS).<sup>44</sup> La mayoría se incluyen en la lista de 34 especies de cetáceos amenazadas a nivel mundial (IUCN, 2010). Se trata de un caso singular en Europa y uno de los “hotspot” de cetáceos a nivel mundial.<sup>45</sup>

Aunque el TAC regional ha consolidado su oferta turística en 4 islas, estudios recientes apuntan hacia un elevado potencial en las otras tres. El caso de la isla de Hierro es singular, por la presencia de hasta 14 especies, entre ellas algunas de elevado interés, como son los zifios. También Lanzarote y Fuerteventura ofrecen una interesante base de desarrollo de TAC, pues se ha evidenciado presencia frecuente de grandes cetáceos (cachalote, rorcual tropical- *Balaenoptera edeni*; ballena azul- *Balaenoptera musculus*), zifios y calderones (*Grampus griseus* y *Globicephala macrorhynchus*), entre otras.<sup>46</sup>

El conjunto de recursos de biodiversidad afines al programa de desarrollo se completa con otras menciones destacables, tales como las tortugas marinas, que encuentran en las aguas de Canarias una zona de reposo en su larga travesía a través del Océano Atlántico - especialmente frecuente es la tortuga boba (*Caretta caretta*) - y numerosas especies de avifauna marina.

<sup>44</sup> Aproximadamente 82 especies de cetáceos han sido catalogadas hasta el momento (Fuente: MMC (Comisión de Mamíferos Marinos, US). Disponible en: <http://mmc.gov>

<sup>45</sup> El término, acuñado por Myers en 1988, alude a zonas con riqueza de biodiversidad especialmente destacada.

<sup>46</sup> Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias, comunicación personal, 2009.

También, numerosas áreas costeras ofrecen gran variedad de recursos de fauna (reptiles, invertebrados) y flora, muchas veces con endemismos y especies de alto interés científico. Las rutas guiadas de naturaleza costera se configuran como una válida opción de aprovechamiento, dada la riqueza que estos espacios pueden ofrecer en una superficie relativamente pequeña.

#### 9.1.3. Áreas naturales marino-costeras de interés turístico

La rica geomorfología provee a la región, también en su vertiente costera, con numerosos enclaves de interés turístico, por su diversidad y su singularidad. Tales son formaciones geológicas y entornos con valor paisajístico y escenográfico, pero también construcciones humanas.

Algunos de ellos, como los acantilados de Los Gigantes (Tenerife), Los Órganos (La Gomera), las dunas de Maspalomas (Gran Canaria), la Caldera de Taburiente (La Palma), El Golfo (Lanzarote) o el Roque de la Bonanza (El Hierro) destacan sobre el resto y ya se incluyen como parte del reclamo turístico. No obstante, en casos, la prevalencia del turismo generalista no permite transmitir y aprovechar en su totalidad los valores que la oferta especializada y la visión desde el mar pueden resaltar de estos recursos.

Es necesario también hacer mención a la singularidad y riqueza paisajística y de biodiversidad de los fondos marinos en algunas islas, como los de El Hierro, especialmente, y también zonas concretas muy atractivas para el buceo y el submarinismo en otras.

#### 9.1.4. Zonas protegidas

Junto con el status de protección aplicado a los cetáceos, la protección de áreas naturales y recursos culturales añade valor al ecoturismo y otro turismo de naturaleza. Son las mencionadas zonas ZEC para Natura 2000 y el conjunto de

recursos integrantes de la Red de Espacios Naturales al amparo del TRLOTENC<sup>47</sup> y de programas internacionales mencionados.

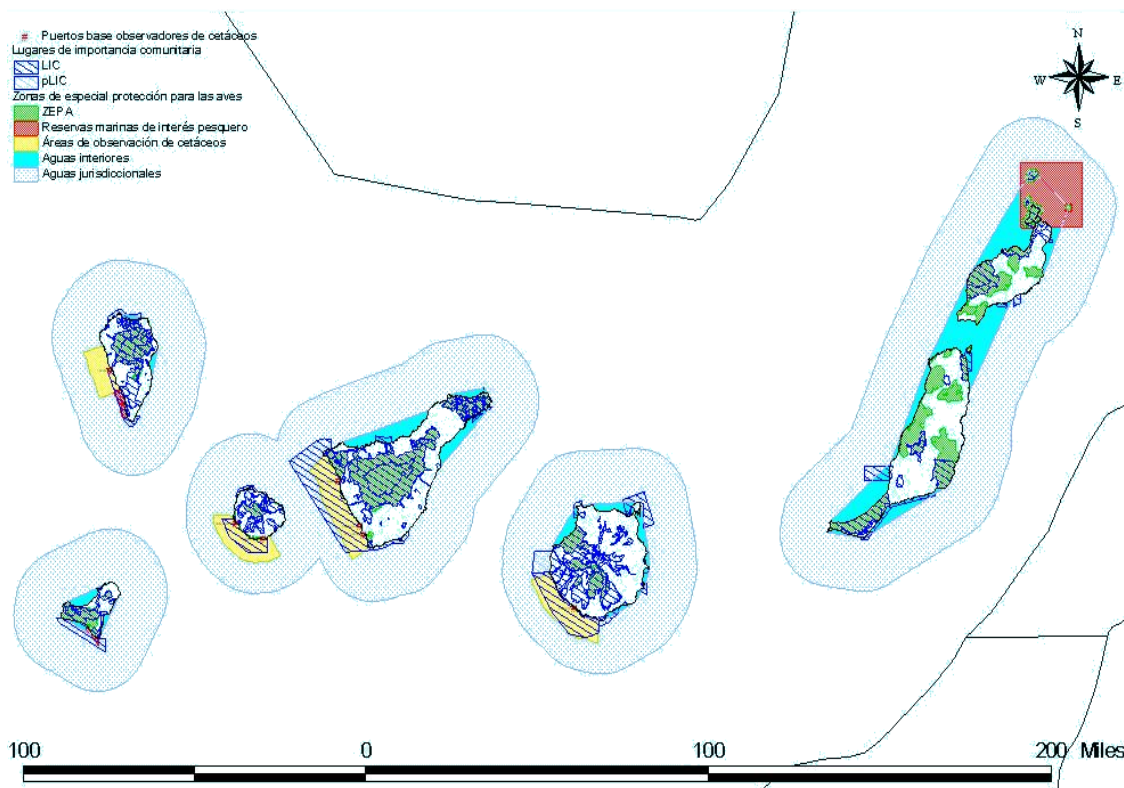


Figura 9: Demarcación de aguas y áreas naturales protegidas. Fuente: Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias

Además, las aguas del archipiélago cuentan con el status de Zona Marítima Especialmente Sensible, otorgado por la Organización Marítima Internacional (OMI) y en vigor desde 2006. Se integra así en un conjunto de entornos de gran interés ecológico-turístico, tales como islas Galápagos, la Gran Barrera de Coral australiana o los cayos de Florida (USA). Este status determina rutas obligatorias a cierto tipo de buques, un sistema de notificación y zonas de navegación restringida en diversas áreas del archipiélago, algunas de ellas coincidentes con zonas de actividad TAC.

<sup>47</sup> Decreto Legislativo 1/2000, de 8 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias.

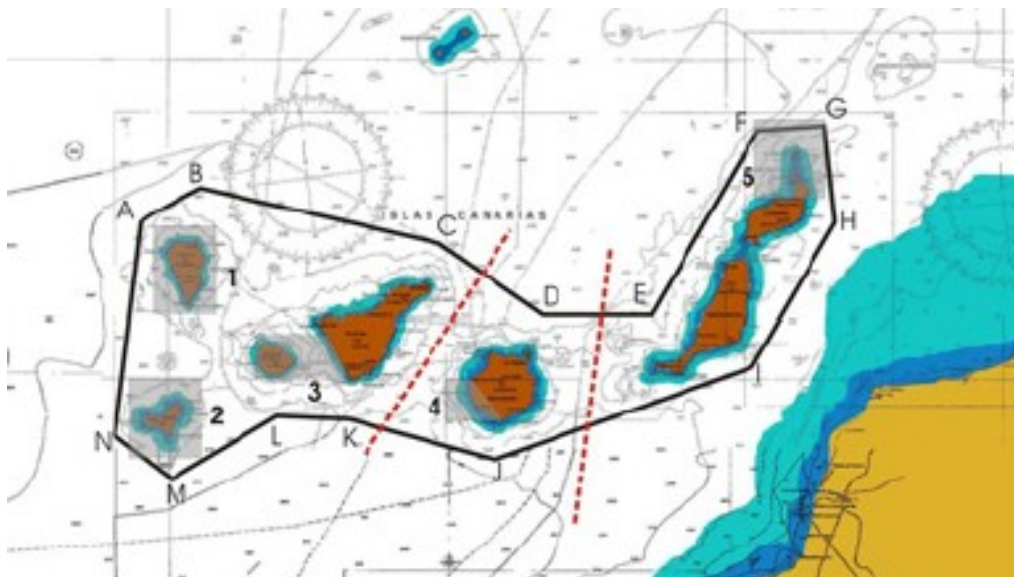


Figura 10: Zonas Marinas de Especial Sensibilidad para las Islas Canarias (zonas restringidas en gris, zonas de paso obligado en rojo). Fuente: Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias

También se cuenta con zonas que han sido declaradas Reservas de Interés Pesquero en las islas de El Hierro, La Palma, La Graciosa y La Gomera (en fase de planificación).

Todo lo anterior añade valor para consolidar la idea de destino-región con alto nivel de protección y, por tanto, alto atractivo turístico.

#### 9.1.5. Infraestructura de muelles y puertos

La importante infraestructura portuaria existente es otro factor clave para maximizar la competitividad de la producción de actividad turística en torno al TAC. En Canarias existen 51 áreas portuarias de titularidad pública y privada,<sup>48</sup> repartidas por todo el archipiélago (ver Anexo IV).

<sup>48</sup> 17 puertos de interés general, 14 refugios y diques de abrigo, 1 dársena deportiva y 6 puertos deportivos privados. Datos de la Consejería de Infraestructura, Transporte y Vivienda, Gobierno de Canarias

Once puertos son de titularidad pública estatal. Son los principales puertos de entrada y salida de las islas, que han experimentado un vertiginoso desarrollo y en la actualidad se configuran como importantes puertos industriales y comerciales que albergan una intensa actividad de transporte de pasaje y mercancías. No obstante, tienen origen en la actividad de pesca y siguen contando con una significativa actividad pesquera artesanal desarrollada por embarcaciones locales. La gestión de estos puertos depende del Área de Puertos del Estado del Ministerio de Fomento del Gobierno de España

El Gobierno de Canarias gestiona de forma directa 17 áreas, que son generalmente puertos de menor tamaño, de categoría puerto-refugio o dársena deportiva. Se ha planificado ya la expansión de infraestructura existente (puertos de Tazacorte en La Palma o de Valle Gran Rey y de San Sebastián en La Gomera) y la creación de nuevos puertos (por ejemplo, el de Fonsalía, en Tenerife). Otras áreas son gestionadas mediante concesión administrativa a empresas de titularidad privada.

#### *9.1.6. Equipamiento: embarcaciones dedicadas a oferta de TAC y de recreo*

Como se mencionó, en Canarias existe un importante y diverso conjunto de embarcaciones dedicadas la oferta de TAC, con numerosas embarcaciones náuticas inscritas en lista 6º (privadas dedicadas a pasaje de recreo), de variada tipología, dedicadas a paseos turísticos, chárter y pesca deportiva (Anexo III).

#### *9.1.7. Otros espacios y construcciones de interés*

El interés del ámbito costero–marinero de Canarias se completa con numerosos espacios que son valiosos para el desarrollo de senderismo costero y rutas guiadas: salinas, faros, poblados marinos y otras construcciones de interés; instalaciones y establecimientos en áreas portuarias pesqueras; centros culturales locales; y apuntes, eventos y datos de interés y representativos de la cultura y la evolución histórico-social de la región.

#### *9.1.8. Profesionales de interpretación del medio: guías de turismo*

El rol de los profesionales de interpretación del medio es fundamental como elemento de valor en la oferta del programa, puesto que canalizan y materializan el elemento educativo y constituyen el verdadero puente que vincula visitante y destino, materializando la diferenciadora componente de cercanía en la oferta turística.

En Canarias hay cerca de 4.000 guías turísticos profesionales en la región y un total de 145 guías de turismo titulados en la modalidad de guía sectorial de actividades de observación de cetáceos.

Hasta la entrada en vigor de la nueva regulación,<sup>49</sup> el marco legal había definido existían 3 modalidades de la figura oficial de guía turístico: “regional”, “insular” y “sectorial”. La nueva normativa las unifica como “Guía de la Comunidad Autónoma de Canarias” y no contempla la figura del guía “sectorial”. No obstante, ésta, en su modalidad de actividades de observación de cetáceos, sigue siendo elemento necesario para el desarrollo de la actividad de TAC, tal como se venía exigiendo en virtud del Decreto 178/2000.

El colectivo de guías regional está, por norma general, altamente cualificado, no sólo por las exigentes pruebas a que los aspirantes han debido superar para obtener autorización de actividad (conocimientos del medio, idiomas extranjeros, capacidad de comunicación), sino también por la tónica general de interés por desarrollar la profesión con un alto nivel de calidad.

---

<sup>49</sup> DECRETO 13/2010, de 11 de febrero, por el que se regula el acceso y ejercicio de la profesión de guía de turismo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Existen diversas asociaciones que tutelan los intereses del colectivo de guías.<sup>50</sup> La actuación sobre este colectivo se justifica y tiene por objeto no solamente integrar los conocimientos del medio, la biodiversidad marino-costera y la cultura de mar como destacados elementos patrimoniales de la información turística sobre la región que debe transmitirse al visitante.

Se pretende elevar los estándares de la función educativa que deben desarrollar y reforzar el importante rol que deben desempeñar, como intérpretes del medio, para aumentar el nivel de calidad de la experiencia turística del visitante.

#### *9.1.9. Alojamiento rural*

La oferta de alojamiento es un recurso casi inseparable de la actividad turística. Aunque el alojamiento, por sí mismo, no es un producto considerado básico para la propuesta, permite complementar de forma importante la esencia del programa y la experiencia turística, añadiéndole valor.

La región canaria se caracteriza por poseer una destacada infraestructura de establecimientos hoteleros de grandes dimensiones que, dotados de modernas instalaciones, ofrecen gran variedad de servicios y un elevado nivel de confort. No obstante, es destacable el conjunto de establecimientos hoteleros y extra-hoteleros de menor tamaño, que conservan un ambiente tradicional o que por tamaño o contenido de oferta se adecuan mejor la propuesta del presente trabajo. Lo conforman apartamentos turísticos, viviendas ofrecidas en régimen de alquiler, establecimientos con categoría de “alojamiento rural” o fincas de agricultura ecológica.

El valor añadido que este último tipo de establecimiento permite aportar al programa de desarrollo sostenible y competitivo del TAC es triple: por un lado, ofrece infraestructura alojativa adecuada a su naturaleza; de otro complementa la

---

<sup>50</sup> Asociación Provincial de Informadores Turísticos (APTI) en Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote.



oferta de servicios afines a los segmentos objetivos de demanda objetivo (servicios en naturaleza, de bienestar); y, por último, puede ofrecer respuesta a las necesidades de aprovisionamiento y catering, lográndose así importante sinergia. En el Anexo VI se relaciona un conjunto de establecimientos, que se han considerado como adecuados a los objetivos del programa.

#### 9.1.10. *El sector pesquero*

La integración del sector pesquero, como factor de producción, al programa de desarrollo propuesto añade importante valor, pues ofrece importantes sinergias comerciales y encadenamientos naturales de oferta y de actividad profesional.

La región cuenta con cerca de 1.200 embarcaciones de pesca, de las cuales un 90% tiene una eslora inferior a 10 metros.<sup>51</sup> De las estadísticas oficiales de la Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias deriva una leve tendencia de renovación de la flota pesquera, si bien más de la mitad de las embarcaciones referidas anteriormente tiene una antigüedad superior a 30 años.

La mayor parte de la producción pesquera consiste en especies pelágicas y demersales, crustáceos y moluscos. Por orden decreciente, las islas más importantes en cuanto a producción pesquera son Tenerife; Gomera, Lanzarote y Gran Canaria.<sup>52</sup>

La pesca artesanal se limita a la captura para el consumo local, abasteciendo mercados locales e incluso directamente a los restaurantes. La producción accede el mercado local en primera instancia a través de los puestos de primera venta, de los cuales existen 37<sup>53</sup>, que se distribuyen en las 7 islas.

Estos puestos están localizados generalmente en los puertos pesqueros y son gestionados por las cofradías locales de pescadores. Éstas son entidades con

---

<sup>51</sup> Consejo Consultivo Regional para las aguas Occidentales Australes, 2009. Documento de la reunión de Trabajo de Grupo insular (marzo 2009).

<sup>52</sup> Datos de la Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias a 3 de febrero 2010.

<sup>53</sup> *Ibíd.* Tres sin la correspondiente autorización administrativa.

tradición histórica, que integran y organizan a los miembros del colectivo de profesionales del sector pesquero artesanal.

El sector ofrece empleo a aproximadamente 1.700 personas. Existen 26 cofradías, las cuales asocian a 669 armadores, 689 embarcaciones y 894 marineros en las islas. Estas cofradías se organizan en dos asociaciones provinciales (Tenerife y Gran Canaria). Además, existen otras agrupaciones con función similar e intereses en el sector pesquero: tres cooperativas de pescadores, dos asociaciones de armadores (regional y provincial) y una asociación acuícola (Anexo V).

Debe considerarse que muchos de los negocios de este sector siguen correspondiendo a la pequeña y mediana empresas y continúan siendo de carácter familiar. Con ello, buena parte del personal colaborador procede de este entorno. La producción pesquera aporta el 0,5% del PIB regional y el 0,5% de empleo declarado. Es importante resaltar que el abandono que ha sufrido tradicionalmente el sector de pesca artesanal en las islas, por parte de las administraciones insulares, ha contribuido a la pérdida de peso de la pesca extractiva frente a la industria acuícola.<sup>54</sup>

#### 9.1.11. *Gastronomía marinera*

La gastronomía es uno de los principales recursos turísticos. Su vertiente marinera, en el caso de Canarias, es importante a la vez que ha carecido de una promoción específica, debido a la fuerza que ha ido perdiendo paulatinamente la oferta turística vinculada al medio y las tradiciones marineras (ya de por sí, escasa).

---

<sup>54</sup> La acuicultura es una industria con gran crecimiento e importante capacidad exportadora en Canarias y está principalmente dedicada al cultivo de las especies “dorada” y “lubina”. El valor de la producción de acuicultura multiplica por 6 aquél de la pesca extractiva en Canarias (Diario La Opinión de Tenerife, 19 de abril de 2010). El Plan Regional de Ordenación de Acuicultura de Canarias (PROA), actualmente en fase de elaboración, prevé un ritmo elevado de crecimiento de la industria acuícola y la expansión de zonas destinadas a este tipo de instalaciones, generalmente coincidentes con zonas de avistamiento de cetáceos. Por otro lado, ya existen informes que expresan la incompatibilidad entre acuicultura y turismo.

La gastronomía de las islas Canarias es, como sus gentes, sencilla. Se ha desarrollado bajo influencias de pueblos con los que la sociedad canaria ha tenido contacto, especialmente españolas, portuguesas y, en tiempos más modernos, sudamericanas. La dieta del pueblo bereber aborigen canario sólo incluía de forma minoritaria productos del mar (mariscos, especialmente). Interesante es que el marisqueo, realizado en las costas rocosas de las islas, es una tradición que pervive con marcada intensidad en la actualidad.

La rica biodiversidad marina hace que el mar se haya constituido en una importante despensa gastronomía de las islas. Son numerosos los platos con base de pescado que han formado parte tradicional de la dieta canaria. Tras una época en que el consumo de carne era símbolo de capacidad financiera y elevado status social, en los últimos tiempos, la vuelta al consumo de pescado parece extenderse entre la población local y, como parte de la oferta turística, la visitante.<sup>55</sup> En la actualidad, son bien conocidos y degustados platos tradicionales a base de pescado hervido (viejas), “a la espalda” (bocinegros, chernes, abiertos por mitad y cocinados en la plancha), “jareados” (por “aireados”), secos (“tollos”). Existe una larga lista de especies de pescado que integra la variada cocina de mar canaria (sama, salemas, chicharros, dorada, lubina, atún, medregal, etc.), además de productos como mariscos, moluscos (lapas, burgados) y pulpos. También son tradicionales otros platos hechos con base de pescado, como el escaldón y el sancocho, que es una mezcla de pescado salado hervido, gofio – producto típico canario (harina tostada de trigo u otros cereales, típicamente canario) y batata.

Tan variada como la cocina de productos del mar es la posibilidad de degustar estos platos en los típicos “restaurantes de pescado”, que se encuentran prácticamente en cada poblado y ciudad de las islas. Como antes referido, la recuperación de la cocina de pescados como reclamo turístico para el turista foráneo ha beneficiado el surgimiento de una gran oferta de establecimientos de

---

<sup>55</sup> Posiblemente su adopción por el modelo de desarrollo turístico haya sido decisiva para la “lógica” recuperación de la dieta de productos de mar entre la población local.

restauración, algunos de los cuales incluso han sabido ofrecer el auténtico sabor tradicional dentro y fuera del área de fogones.

#### 9.1.12. Elementos y manifestaciones culturales

Al hilo del punto anterior, la cultura relacionada con el medio marino muestra otros importantes y variados aspectos en Canarias, que pueden apoyar significativamente al clúster de recursos.

Se ha puesto en marcha, con mayor o menor continuidad, un conjunto de actuaciones y eventos directamente relacionados con los cetáceos y el hábitat y la biodiversidad marina, que poco a poco van conformando parte de la escena sociocultural regional.

Tales son las cada vez más numerosas exposiciones fotográficas dedicadas a los cetáceos y el medio marino, jornadas de concienciación y sensibilización de la población local sobre la necesidad de conservar el medio marino y su biodiversidad, convocatorias y eventos músico-culturales para el público infantil y adulto, y concursos de fotografía y video del mundo marino y submarino.

Por otro lado, existe una significativa labor de recopilación de tradiciones culturales y de evolución de las comunidades pesquero-marineras, que pueden sumarse como válido recurso turístico complementario al programa. Incluye fotografía, poesía, cancionero (canciones rituales para la pesca de la morena, por ejemplo), y otra obra documental, influencias lingüísticas<sup>56</sup>, expresiones artísticas y arquitectónicas, usos tradicionales de recursos marinos (salinas)<sup>57</sup>, manufacturas y utillaje (nasas, pandorgas, cestos, sogas, esteras, redes), costumbres,

---

<sup>56</sup> Existe una vasta labor recuperación de tradiciones culturales elaborada por María Rosa Alonso (1952,1954, 2004).

<sup>57</sup> Fernando Sabaté Bel, profesor del Departamento de Geografía de la Universidad de La Laguna (Tenerife) ya realizó un excelente trabajo de recopilación, recogido en su libro “Burgados, tomates, turistas y espacios protegidos: usos tradicionales y transformaciones de un espacio litoral del sur de Tenerife: Guaza y Rasca (Arona)”. S/C de Tenerife: Cajacanarias. 1993. ISBN 84-7985-011-6.

tradiciones, mitos y leyendas (isla de San Borondón, leyenda de Gara y Jonay), etc.

Además, numerosas manifestaciones, eventos y tradiciones culturales relacionadas con el medio marino siguen vivas entre las comunidades locales y complementan, con mayor o menor peso, la oferta turística de las islas. Como ejemplo, las tradicionales: “Vará del pescao” (Gran Canaria), el baño de cabras en el Puerto de la Cruz (Tenerife), procesiones de la Virgen del Carmen (patrona de los marineros), carnaval de Indianos (La Palma), regatas de embarcaciones de vela latina (Gran Canaria), carnaval de Arrecife (Lanzarote), fiestas del Cambullón en Las Palmas (Gran Canaria).

Otros eventos cuentan con nuevo impulso y tratan de recoger usos tradicionales y divulgar sus valores. Es el caso del “Día del Mareante” que se celebra en Fuerteventura. En un acto abierto al público, los pescadores del Puerto de la Peña enseñan sus mañas y artes a la gente de campo y se divulga la historia de los contactos entre comunidades de interior y costeras.

## **9.2. Clúster: actores participantes**

Se expone una relación de agentes turísticos que deben considerarse para integrar el clúster base de competitividad del TAC, para el programa de desarrollo. Debe considerarse como integrantes de un conglomerado turístico con identidad propia, que maximiza el potencial de competitividad cuando integrantes y relaciones (como factores de producción) concurren y se ponen en valor conjuntamente en el destino.

La selección se hará con los actores más destacados, por su actividad, representatividad o función clave, de:

- Empresas turísticas privadas:
  - Empresas operadoras de oferta TAC y sus asociaciones.

- Profesionales y empresas proveedoras de servicios de apoyo (catering, interpretación, transporte, fotografía, servicios administrativos e informáticos).
- Profesionales y empresas proveedoras de otros servicios turísticos de interés para el programa (museos, senderismo, kayaking, buceo, cicloturismo, astro-turismo, otro turismo activo, oferta de bienestar y eco-agroturismo).
- Otros profesionales y asociaciones civiles:
  - Interpretación del medio
  - Divulgación, educación y formación
  - Investigación
  - Museística
  - Arte audiovisual
  - Buceo deportivo
  - Pesca artesanal
  - Otras de la comunidad local (asociaciones culturales y de vecinos)
- Instituciones académicas y formativas
  - Universidades (ULL en La Laguna, Tenerife; ULPGC en Las Palmas de Gran Canaria)
  - Departamentos de formación de asociaciones de empresas turísticas (ASHOTEL, FEHT, ASOLAN, AEHTF)
  - Instituciones asociadas a programas formativos de la Agencia Canaria de Empleo (ACE)
- Organismos públicos
  - Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España
  - Ministerio de Medioambiente, Medio Rural y Marino del Gobierno de España
  - Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) del Ministerio de Asuntos Exteriores del Gobierno de España
  - Viceconsejería de Medioambiente del Gobierno de Canarias

- Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias
- Agencia de Sostenibilidad del Gobierno de Canarias
- Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias
- Consejería de Cultura y Educación del Gobierno de Canarias
- Agencia Canaria de Empleo (ACE)
- Agencia Canaria de Innovación
- Servicio de Protección de la Naturaleza (SEPRONA)
- Departamentos, organismos y centros de administraciones insulares (Cabildos)
- Departamentos de administraciones locales (Ayuntamientos)

El grupo de participantes se amplía, lógicamente, en la medida en que se consolida la acción exterior y la plataforma regional macaronésica de desarrollo del programa, incluyendo actores clave de otras regiones (ver Anexo VI).

### **9.3. Propuesta del “mix” producto turístico**

Se expone una relación de los espacios y contenidos turísticos, de nueva definición o adaptados de los existentes, que integran la base de competitividad del TAC para el programa de desarrollo. Debe considerarse como integrantes de un conglomerado turístico con identidad propia, que maximiza el potencial de competitividad cuando los diferentes espacios y segmentos de oferta (como factores de producción) concurren y se ponen en valor conjuntamente en el destino.

#### *9.3.1. Plataformas de actividad*

El diseño de los productos se construye sobre la base de un conjunto de plataformas de actividad. Además de las ya consolidadas como referencia de oferta turística TAC, se consideran otras con potencial de aprovechamiento. Se relacionan a continuación:

- Embarcaciones:
  - De empresas operadoras de oferta TAC

- De profesionales de pesca artesanal
- Otras embarcaciones destinadas a servicio turístico
- Costas naturales:
  - Bajíos, charcas costeras, acantilado bajo con raso al pie o playas rocosas
  - Formaciones naturales costeras de interés (acantilados, cuevas)
  - Cima de acantilados
- Instalaciones culturales relacionadas con la vida marina y la actividad en el mar:
  - Centros de interpretación y museos dedicados a la vida marina
  - Centros de recuperación de fauna silvestre
  - Centros culturales y de asociaciones locales de vecinos
  - Instalaciones y establecimientos de cofradías locales de pescadores
  - Otras instalaciones museísticas relacionada con la tradición marinero-pesquera regional (museo del pescador, museo de historia y antropología, museo de la sal)
  - Instalaciones, edificios y construcciones con valor histórico - artístico
- Instalaciones y establecimientos de gastronomía marinera (restaurantes, asociaciones de vecinos, colectivos empresariales y profesionales, particulares)
- Instalaciones de alojamiento
  - Establecimientos de alojamiento rural
  - Viviendas particulares

### 9.3.2. *Propuesta de productos*

#### 9.3.2.1. Turismo de Avistamiento de Cetáceos

La propuesta de productos se basa en el potencial de aprovechamiento de los recursos e iniciativas de negocio turísticos, afines al TAC; en la búsqueda de la participación activa de las comunidades locales en la actividad turística, principalmente a través de la emprendeduría empresarial y profesional; y en la



búsqueda de sinergias con los productos turísticos que ya integran el modelo de desarrollo turístico regional.

En el caso de los productos especializados de TAC incluidos en este apartado, la idea fundamental es incidir sobre la esencia que caracterizará al servicio en su efectivo desarrollo, seleccionar los operadores y embarcaciones más adecuadas, y adecuar la coexistencia con el resto de la oferta.

Programa ECO: se trata de un viaje de excursión por mar para la observación de cetáceos en su medio natural, realizado en embarcación de capacidad pequeña (preferiblemente, hasta 15 pasajeros + patrón y guía). La duración del mismo es de aproximadamente 2 h. 30 m. - 3 h. Se incluye una serie de servicios complementarios ofrecidos antes, durante y después del viaje:

- Traslado de cortesía hasta el punto de encuentro y vuelta.
- Sesión audiovisual informativa previa al viaje (charla de aproximadamente 20 minutos).
- Desarrollo de un programa de interpretación de la experiencia, ofrecido bajo guía de un profesional especializado.
- Amplio equipamiento de material de interpretación e informativo impreso y audiovisual.
- Catering a bordo, con gastronomía local a base de productos locales, preferentemente ecológicos u orgánicos.
- Paseo escénico y visita a atractivos naturales costeros de interés con animación musical en tiempos escogidos.
- Baño y buceo en el mar, en calas de aguas tranquilas.
- Talleres de fotografía de naturaleza.
- Participación en toma de datos de investigación.
- Merchandising (videos, fotos, material documental, artesanía y productos de gastronomía local).

Programa FAMILIA: los grupos se conforman de mayor tamaño y se adecúa la oferta mediante un enfoque sobre el segmento de familias y la selección de embarcaciones más adecuadas al uso por parte del público infantil, con una oferta de servicios similar a la anterior.

Programa VOLUNTARIADO: durante un periodo de mayor duración (1-2 semanas), los participantes tomarán parte en proyectos y actividades de investigación científica del área marina y de sus recursos, a través de programas de colaboración desarrollados con ONG especializadas, en las condiciones usuales definidas por éstas. Los participantes asumirán las funciones propias de un investigador colaborador más en las labores programadas. Este programa se desarrollará preferentemente en colaboración con la organización de investigación de cetáceos establecida en el área, con centros formativos, educativos y universitarios y en embarcaciones seleccionadas al efecto.

Programa COACHING / TEAM BUILDING: los usuarios toman parte en un programa de “coaching” (cursos de perfeccionamiento y entrenamiento para puestos gerenciales y directivos del mundo empresarial), fortalecimiento de trabajo en equipo y liderazgo, en cuyo diseño se atenderá a las necesidades específicas del cliente y se relacionará con aspectos y problemas que afectan al medio y los recursos naturales marinos. Este programa se destina a segmentos de la gran y mediana empresa, tanto local como foránea.

Programa BIENESTAR: se utiliza la experiencia TAC como actividad terapéutica y/o complementaria al turismo de bienestar desarrollado en establecimientos alojativos de menor tamaño que operan cercanos al segmento de demanda turística “*Lifestyles of Health and Sustainability*” (LOHAS)<sup>58</sup>: fincas-granja de producción biológica u orgánica y centros de relajación, meditación y bienestar.

---

<sup>58</sup> Un segmento llamado a ser el “nuevo ecoturismo”, particularmente relacionado con iniciativas ecológicas y un modo de vida sostenible. Según World Watch Institute, este segmento alcanzó en Estados Unidos un 30% del mercado de consumo en 2006.

Programa PESCA: acerca al visitante la perspectiva de la interacción entre las comunidades de cetáceos y otra biodiversidad marina y la actividad de pesca artesanal y se desarrolla sobre esta temática, complementando con otros recursos turísticos relacionados, tales como gastronomía marinera, tradiciones, artes y cultura popular marinero-pesquera.

El producto “Pesca Turismo”, para el que se viene desarrollando en España un proyecto piloto<sup>59</sup>, puede ofrecer gran potencial de sinergia. Esta modalidad turística permite al visitante, en una toma de contacto directo con la realidad de la actividad pesquera local, conocer in situ el medio en el que se desarrolla, las características de la actividad y los aspectos socioculturales relacionados con el ámbito pesquero-marino local.

Para el colectivo de profesionales del sector pesquero artesanal supone una importante vía para diversificación de la actividad productiva. Ello se traduce no sólo en una fuente alternativa de ingresos, sino también en la adaptación de dicho colectivo a otras formas de aprovechamiento de los recursos que son parte de su vida diaria (el mar, embarcaciones de pesca, organización pesquera, ambiente local, etc.), ayudando así a mantener viva en la conciencia social de la comunidad local la importante función de sus usos, costumbres, tradiciones, su cultura popular asociada, sus signos de identidad y sus modos de afrontar la vida.

El producto TAC permite así ser complementado con un enfoque sobre los impactos causados sobre los cetáceos por la actividad humana, en especial sobre la interacción pesquerías - cetáceos, siendo lógicamente más viable en aquellos

---

<sup>59</sup> El proyecto SAGITAL propone la oferta excursiones de día para conocer y participar en las labores y el modo de vida de los profesionales de pesca artesanal, realizadas en embarcaciones de pesca artesanal modificadas. A fecha de elaboración de este estudio, la viabilidad del proyecto se ha visto comprometida por la limitación al desarrollo de actividad turística en embarcaciones dedicadas a la actividad pesquera profesional, dada por el ordenamiento jurídico nacional vigente. Más información disponible en: [www.sagital.com](http://www.sagital.com).

casos en los que existe efectivamente una mayor interacción o en aquellos en los que el impacto es más relevante.

#### 9.3.2.2. Senderismo Costero de Naturaleza Marina

La longitud del conjunto de costas insulares y la elevada proporción de costas aptas para paseos turísticos de interpretación, a ras de mar (aproximadamente un 61%, son costas de acantilado bajo con rasa al pie, rocosas o con charcas) constituyen un marco escenográfico idóneo para desarrollar rutas guiadas.

El producto se basa en la oferta de rutas guiadas, realizadas a pie o en bicicleta, por entornos naturales costeros (visita a lugares de avistamiento en tierra, paseo por playas, charcas y rasas). Se ofrece un programa de interpretación de acompañamiento, desarrollado por guía profesional especializado, con enfoque específico sobre los cetáceos, la naturaleza y biodiversidad del entorno.

El programa de interpretación desarrollado durante estos paseos turísticos combina explicaciones sobre el medio costero, la importancia y las características de su biodiversidad, la función e importancia para la vida social de las comunidades locales del entorno costero.

Este producto es fácilmente integrable con otra oferta de turismo activo (kayaking, ciclo turismo, baño en playas y piscinas naturales). Puede incluir enfoque específico sobre el patrimonio histórico – cultural pesquero marino (explicaciones sobre la actividad de pesca, su historia, su cultura y tradiciones pesqueras, gastronomía marinera, etc.) y visitas a museos, salinas, faros, sitios históricos, ruta de gastronomía y otros elementos patrimoniales relacionados, poniendo especial énfasis en el contacto con los artesanos de pesca locales.

Los productos mencionados en 9.3.2.1 y 9.3.2.2 son combinables con otra oferta de turismo activo, tales como astro-turismo, senderismo, buceo, descenso de

barrancos o similares. Idóneamente, en la articulación de los paquetes debe primar el peso y el enfoque sobre aspectos relacionados sobre la vida y el medio marino. Según disponibilidad, se combina con visitas a los centros de recuperación de fauna silvestre y con el disfrute de otros paisajes y entornos naturales emblemáticos con reconocido significado como atracción turística.

#### **9.4. Propuesta de actuaciones**

Se expone a continuación una hoja de ruta que incluye diez actuaciones clave para asegurar el éxito del programa.

##### *9.4.1. Definir objetivos comunes consensuados entre los participantes y configurar una entidad líder y una imagen de marca.*

Uno de los aspectos clave para el éxito de la propuesta es la convocatoria de todos los integrantes del clúster – por medio de sus representantes – a la presentación, recepción de propuestas, definición de objetivos, planificación y puesta en marcha del programa.

Se define aquí como “Clúster TAC” a los representantes de los factores que conforman el conglomerado de competitividad de TAC, de acuerdo al modelo de Michael Porter descrito, es decir: a los responsables directos de la gestión de los recursos naturales, artificiales, financieros y humanos relacionados con el TAC; a los representantes de la actividad desarrollada en torno a dichos recursos y a los mercados; y a otros actores susceptibles de ser incorporados por las relaciones y sinergias de tipo económico y sociocultural que la actividad de TAC puede generar.

Debe asegurarse que los encuentros para la toma de decisiones son frecuentes, especialmente en la fase de lanzamiento, y que los flujos de información útil son continuados, fijando de antemano las reglas de participación.

Idóneamente se creara una institución de ámbito regional tutora del programa, que disponga de ficha financiera anual adecuada a las necesidades de lanzamiento y gestión. Aquí se aprovechará especialmente el recorrido y éxito de modelos existentes (como, por ejemplo, el de la institución Tenerife Rural) y el uso de las nuevas tecnologías (comunicación y foros virtuales).

Es deseable la formalización del lanzamiento en sesión especial, mediante rúbrica carta de compromiso por parte del clúster participante. Con ello se pretende dotar de mayor amplitud y solidez de cobertura al programa, reforzar la visión de conjunto, minimizar la desconfianza y la resistencia al cambio y consolidar un grupo de trabajo que tutele el cumplimiento de los acuerdos tomados y el respeto a las prácticas turísticas introducidas.

#### *9.4.2. Definir las necesidades de capacitación*

La importancia de la participación activa de las comunidades afecta a la planificación del programa de desarrollo turístico y al efectivo desarrollo de las actuaciones, pero también a la prevención y minimización de los riesgos que conlleva su materialización y a las necesidades de mantenimiento de la actividad económica y social promovida con el programa.

La capacitación debe incidir sobre las necesidades propias de las actividades y profesiones turísticas impulsadas. De forma especial, sobre técnicas de comunicación e interpretación del medio y atención y trato al cliente. También es importante la capacitación en uso de nuevas tecnologías, diseño y desarrollo de proyectos, trabajo en grupo y búsqueda de financiación.

Cabe considerar aquí la creación de una nueva figura, el “guía especialista en el ámbito marino”, que abarque conocimientos especializados sobre: <sup>a)</sup> la naturaleza del medio (biodiversidad y características naturales del medio marino-costero); <sup>b)</sup>

las actividades pesqueras desarrolladas en el medio y las tradiciones relacionadas; y <sup>c)</sup> el patrimonio histórico-cultural marino de la región.

Además, la capacitación debe favorecer la comunicación en una vía de doble sentido. Por ello, debe promoverse que el personal de las administraciones públicas que esté directamente relacionado con el programa (técnicos, gestores, servicios de inspección y vigilancia) adquiera visión global y conocimientos suficientes para asegurar la comprensión del espíritu y de los condicionantes particulares y de la casuística de las iniciativas turísticas impulsadas con el programa y la cercanía de trato con los colectivos integrados. En Anexo VII se incluye una relación de propuestas de capacitación profesional que idóneamente se integran en el programa.

#### *9.4.3. Búsqueda de recursos financieros*

La CE pone a disposición un conjunto de instrumentos y programas de financiación, que pueden constituir fuente de apoyo financiero para proyectos del sector turístico. Tienen las siguientes líneas de financiamiento aplicación directa sobre el programa propuesto: fondos FEDER y Fondo Social Europeo para el desarrollo de empresas y servicios turísticos, la movilidad profesional, los programas educativos y la formación; el programa “Leonardo Da Vinci” (programa de movilidad para aprendices); FEADER (mejora del paisaje rural y la calidad de la producción agrícola y a revalorizar el patrimonio cultural); FEP (turismo ecológico para la reestructuración del sector de la pesca); el “Programa marco para la innovación y la competitividad” para el fomento de la competitividad de las PYME turísticas.

Destacan también aquellos previstos para el Programa de Medioambiente comunitario e incluyen fondos de cohesión, estructurales (FEDER, FEOGA, FSE) y otras iniciativas comunitarias (programas INTERREG, URBAN, LEADER, LIFE, IFOP). Estos programas son especialmente usados por proyectos de investigación

y desarrollo. En el ámbito turístico, pueden incidir sobre actuaciones de mejora de calidad de la oferta turística, tales como implementación de programas de buenas prácticas, de implantación de certificación turística, divulgativos, educativos y de concienciación.

De acuerdo a las necesidades de financiación se acudirá a instituciones de la administración pública correspondiente nacional, regional o insular. Por ejemplo, a la Consejería de Turismo regional para solicitar subvenciones con cargo a fondos FEDER para la rehabilitación y acondicionamiento de inmuebles con destino al turismo rural o para la implantación y renovación de sistemas de calidad, de gestión medioambiental y de accesibilidad universal en establecimientos turísticos en virtud del marco legal regional que regula el turismo rural) o programas de innovación TIC (promovidos por SEGITUR y el Plan Avanza), entre otros.

Otra alternativa de financiación la constituyen las líneas de apoyo a programas específicos de organizaciones internacionales, tales como las dedicadas a las RUP europeas o las de proyectos específicos de GEF, UNEP o FAO.

Se evaluará la viabilidad de colaboraciones de organizaciones de carácter privado y fundaciones, especialmente en relación a la promoción y fomento de la actividad turística y la divulgación de los valores de los recursos naturales: asociaciones internacionales y fundaciones nacionales con programas de apoyo relacionados con el medioambiente y la biodiversidad.

Por último, como es lógico, se prestará especial atención a las fuentes de recursos financieros que se adhieran al proyecto y procedan de agentes públicos y privados de la comunidad local (patrocinios, programas de apadrinamiento, eventos de apadrinamiento financiero o venta de productos de merchandising).



En cualquier caso, es importante definir vías de auto-financiación, una vez el programa adquiera continuidad y solidez, a través de:

- la imposición de tasas de uso de áreas protegidas a propietarios de embarcaciones y la imposición de una “eco-tasa de entrada” a usuarios de las áreas protegidas por parte de la administración con competencias sobre la gestión del área marina protegida y de los planes de conservación de especies de fauna y flora;
- o el establecimiento de un porcentaje del beneficio obtenido por empresas operadoras de obligada reinversión en conservación y mejora de la sostenibilidad turística;
- y el compromiso de participación de los actores participantes del clúster en el diseño de proyectos de mejora de la sostenibilidad y la competitividad turística y en la búsqueda de fuentes para su financiación. La importancia de éste radica no sólo en el efecto sobre la disponibilidad efectiva de recursos, sino también porque proporciona un elemento – vínculo adicional para la consolidación de la red de trabajo de los participantes del clúster TAC.

Una herramienta válida para garantizar la calidad en la participación privada en el sector puede resultar de la baremación de la actuación empresarial para el acceso a recursos financieros públicos, a través de un sistema que prime las iniciativas de sostenibilidad puestas en marcha. Se puede pensar en la implantación de una figura de participación que aúne los intereses de los ámbitos turístico y medioambiental (“Impulsor del turismo costero-marino sostenible” o similar).

#### *9.4.4. Puesta en valor de instalaciones y equipamiento*

Un aspecto indispensable a la hora de definir las actividades u oferta turística es la creación y el acondicionamiento de los escenarios, las instalaciones y los equipamientos que van a vehicular la oferta turística. Se refiere aquí a las necesidades de adecuación de senderos y áreas costeros de especial interés, la

creación de centros interpretativos y de recuperación de fauna silvestre y la adecuación de otras instalaciones que se integren en la oferta (instalaciones de las cofradías de pesca, embarcaciones pesqueras, centros de asociaciones civiles, establecimientos de restauración, alojamiento y venta de productos).

Con ello, debe atenderse a cubrir las necesidades de dotación del equipamiento interpretativo necesario (señalética, material informativo y divulgativo).

Especial importancia adquieren los centros de interpretación de la naturaleza. Estos locales sirven como punto de referencia para la información de los visitantes y como local para el desarrollo de una charla introductoria previa a la experiencia TAC y de otras charlas informativas para el público general. Además, cumple función de centro de reuniones y de desarrollo de eventos. Idealmente, estará dotado de equipamiento multimedia y será atendido por un profesional debidamente formado en técnicas de interpretación, que contará con las herramientas informativas y divulgativas necesarias.

Dada la inexistencia de instalaciones específicas para la recuperación de fauna silvestre en algunas islas, cabe pensar en la combinación de ambas funciones (centro de interpretación – centro de recuperación) para el caso de nuevas instalaciones, especialmente en aquellas islas de menor actividad turística.

Los establecimientos de restauración deben ser asimismo adecuados a la visita turística, cubriendo los requisitos básicos de calidad turística. Es también el caso también de los entornos costeros (habilitación de áreas y senderos mediante la instalación del equipamiento turístico necesario, delimitación, señalética, equipamiento informativo, de seguridad y otro) y de los establecimientos alojativos (estado mantenimiento, servicios, imagen etc.) considerados como adecuados a los objetivos del programa y seleccionados para su integración en el mismo.

Como herramienta para mejorar la puesta en valor de la experiencia TAC debe considerarse el diseño de un “maletín educativo” que incluya material con referencias a temas relacionados (cetáceos en la región y en el mundo; biología y ecología, hábitat natural, sus características e importancia; actividad humana y amenazas externas; hitos y referencias históricas destacables; cambios significativos, investigación y ciencia relacionada) con informaciones en formatos diversos y herramientas de entretenimiento educativo.

Esta herramienta puede ser utilizada para ofrecer charlas de presentación a los visitantes en las embarcaciones o instalaciones de tierra. Así, permite su uso durante la experiencia turística, pero también servir como apoyo promocional y divulgativo, llevando la esencia del programa a otros entornos (centros escolares, culturales, asociaciones, ferias, congresos).

#### *9.4.5. Encuentros, celebraciones y eventos*

Se propone definir un programa anual de encuentros, actividades y eventos especiales, a desarrollar en fechas concretas, que sirva de referencia como calendario guía para los visitantes. Con ello se pretende alcanzar un triple objetivo:

- impulsar la motivación turística basada en la experiencia de eventos únicos y específicos al destino, para reforzar una imagen de diferenciación en el producto y de singularidad de la experiencia y fomentar las visitas desestacionalizadoras a las islas;
- dinamizar la integración y la participación activa de las comunidades y colectivos locales en temas relacionados con la biodiversidad y el medio marino, de forma que exista continuidad en los eventos ideados;
- reforzar la imagen proyectada de un programa “vivo” que promueve actividad turística sostenible y capta atención de forma continuada.

Para definir el contenido de la programación anual debe considerarse:

- Temporada idónea para el desarrollo de actividades de turismo de observación de la naturaleza (especies y recursos naturales singulares destacados y representativos de las costas de cada localidad)
- Fechas emblemáticas relativas a la conservación del medio ambiente y a la actividad turística (día de los océanos, año de la biodiversidad, día del agua, hora del planeta, día de la Tierra, día del turista entre otros muchos)
- Fechas emblemáticas de eventos naturales (fenómenos astronómicos, migratorios, climáticos y otros fenómenos naturales).
- Oportunidades para organizar sesiones informativas, charlas divulgativas, jornadas participativas, desarrolladas en torno al medio marino, la actividad pesquera, su cultura y tradiciones, y con referencias a la necesidad de conservación del patrimonio natural y cultural, especialmente dirigidas al público infantil y juvenil y desarrolladas, idóneamente, con la participación activa de miembros de los colectivos de pescadores y de las comunidades marineras.
- Encuentros, efemérides, celebraciones y eventos folklóricos o culturales relacionados con el medio marino y pesquero.

#### *9.4.6. Diseño de itinerarios, paquetes y circuitos regionales*

Se propone el diseño de itinerarios y la creación de rutas zonales y circuitos temáticos regionales, que incluyan los principales núcleos de actividad en cada una de las islas (Anexo VII). El objetivo es contribuir así a construir una oferta diferenciada frente a destinos competidores y fomentar la actividad y movilidad del visitante, por ejemplo mediante el diseño de “Grand Tour de Naturaleza Marina” insular, regional o interregional, ofrecidos como club de producto. Ello encaja igualmente con la idea de intentar alargar la duración de la estancia de los visitantes en el destino, de forma que éstos puedan considerar esta opción a la hora de planificar el viaje.

#### 9.4.7. Comercialización, Promoción y Divulgación.

La puesta en marcha del programa de desarrollo sostenible y competitivo requerirá un programa de promoción turística y un plan de medios adecuado. A continuación se mencionan ejemplos de algunos productos de apoyo que pueden ser utilizados y que se consideran básicos.

En la divulgación y gestión de la paleta de productos turísticos, uno de los ítems fundamentales es la puesta en funcionamiento de un portal de Internet que sirva como herramienta, medio y catalizador de toda la actividad que se genera entorno a los segmentos de demanda abordados. Esta herramienta idealmente constará de:

- Sección informativa y divulgativa. El objetivo es conformar un canal centralizador de los resultados de la actividad investigadora y de la labor gestora. En esta sección se volcará toda la información disponible que tenga interés científico, tal como apuntes sobre avances y logros, resultados y alcanzados, estado de proyectos, nuevas evidencias de hechos y descubrimientos realizados, encuentros, congresos y convenciones, acuerdos y convenios, entre otros. El segmento lector objetivo lo conforman los especialistas de investigación y de gestión técnica de los recursos cetáceos y su hábitat.
- Sección de gestión, que incluya un “intranet” de acceso reservado a las entidades asociadas (empresas y profesionales, organizaciones culturales y de investigación, universidades, asociaciones empresariales y profesionales turísticas). Integra una interfaz de conexión y herramientas para agilizar trámites administrativos y flujos de información interna al clúster, entre empresas, asociados y las administraciones y ofrece una plataforma formativa y material en línea.
- La sección comercial facilita el contacto oferta-demanda y permite al usuario diseñar su viaje y realizar reservas y transacciones comerciales con las empresas participantes.

- Sección de fidelización. Es un componente fundamental en la herramienta web, pues no solo abarca la retención del cliente “post experiencia”. La fidelización de la motivación turística debe ser considerada como un paso previo fundamental. Para lograr captar el interés de forma continuada y construir una sólida red de interesados, esta sección debe presentar una imagen viva y cambiante, ofreciendo nuevos contenidos y datos de interés, no necesariamente científicos. El segmento objetivo son personas interesadas en los cetáceos, la naturaleza marina y la conservación de los recursos naturales del destino, así como la sostenibilidad turística medioambiental, económica y social y la cultura de mar.

La herramienta web debe favorecer la interacción (web 2.0) en la construcción de contenidos de carácter turístico (mapas, opiniones y valoraciones, imágenes, localización datos de contacto de entornos, organizaciones o empresas, novedades y otras informaciones de interés). Pero también debe promover la participación del internauta en la construcción de la “red de intereses y de interesados” (web 3.0), mediante foros, banco de datos, tablón de anuncios, propuestas culturales y sociales, y la integración de otras iniciativas del usuario para consolidar el sitio como punto de encuentro virtual de la comunidad de interesados.

Una segunda herramienta se refiere al diseño de una serie de “Manual de Buenas Prácticas”. Esta herramienta es importante, por cuanto es una vía rápida de comunicar con el visitante o el participante, ayuda a divulgar y facilita la comprensión de los principios de sostenibilidad ambiental, económica y social. El manual debe servir para transponer estos principios a acciones concretas, simples, viables, efectivas y directamente relacionadas con la realidad del colectivo o lector a quien va dirigido el manual. En Anexo IX se ha incluido un conjunto de buenas prácticas propuestas, que se ha dividido en 9 apartados:

- Embarcación y su mantenimiento

- Navegación y actividad en el mar
- Desarrollo de la experiencia TAC: interacción con especies objetivo
- Desarrollo de la experiencia TAC: programa de interpretación
- Diseño del producto
- Gestión y desarrollo de negocio: la empresa operadora de TAC
- Gestión y desarrollo de sector: red de colaboración
- Gestión y desarrollo de destino TAC: gestión de recursos turísticos
- Se incluyen buenas prácticas sobre la actitud del turista responsable.<sup>60</sup>

Complementando la muy importante continuidad de la actividad en plataforma interactiva digital, como tercera herramienta debe destacarse la posibilidad de desarrollar exposiciones itinerantes con contenido audiovisual y datos informativos sobre la biodiversidad marina y su hábitat, características diferenciadoras y singularidad, sus amenazas, su valor ecológico y socioeconómico, los retos que plantea su conservación y protección, historia y evolución de interacciones con la actividad humana y las manifestaciones culturales relacionadas con los recursos naturales.

Para este componente deben definirse: contenido e información a mostrar y forma de vehicularla; requerimientos técnicos y expositivos; emplazamiento, itinerario y calendario óptimos; colectivos sociales objetivo; necesidades de formación de personal; material divulgativo y actividades asociadas a los eventos; plan de comunicación; análisis de costes y viabilidad financiera.

En cuanto a la definición y diseño de las formas adecuadas de canalización y apoyo netamente comercial de la oferta turística (publicidad y promoción), debe recordarse la necesidad de producir material promocional y publicitario de apoyo

---

<sup>60</sup> La “certificación” del visitante (por ejemplo reconocimiento de su calidad a través de un diploma “Turista Responsable” o “Embajador del TAC de Canarias”) puede servir como valioso instrumento de promoción del destino como región con TAC de calidad y de fomento de la demanda turística de calidad, afín a la oferta especializada y sostenible.

que lleva implícita la puesta en marcha de cualquier producto turístico: folletos turísticos, folletos divulgativos, fotografías, entre otros.

Calendario, itinerarios y rutas definidos en los puntos 9.4.5 y 9.4.6 pueden ser tomados como base para la edición de una guía turística ilustrativa dedicada que incluya toda la información turística relevante al programa para el turista que visita, tanto desde mar (turismo náutico) como desde tierra.

El merchandising se configura como un importante punto de apoyo del turismo especializado y uno de los elementos relevantes para promover el gasto turístico. La dinamización de la producción local de productos y servicios, puede referirse, en este sentido, a material de fotografía y vídeo y otro material educativo, informativo y divulgativo, tales como guías, libros, mapas, posters, juegos educativos o colecciones de fichas informativas, además de las posibilidades que ofrece el mercado de artículos promocionales y de regalo.

Es pertinente la apuesta por otras líneas, tales como productos de bienestar de origen marino, piezas arte y artesanías locales con temas y motivos relacionados con la biodiversidad marina, o productos de gastronomía local, entre otros. Debe incidirse aquí sobre la “lógica” necesidad de fomentar la producción local, por ejemplo, a través de los Grupos de Acción Local, líneas de financiamiento “capital semilla” o similares.

#### *9.4.8. Definición de un Sistema de Indicadores para el Monitoreo y Evaluación de la Sostenibilidad y Competitividad del TAC*

Los indicadores pueden ser utilizados para “la evaluación básica de las condiciones y necesidades, el establecimiento de los objetivos para las políticas y actuaciones, la evaluación de las acciones y la evaluación, análisis y modificación de las políticas” (PNUMA; OMT, 2006).



La definición de un sistema de indicadores facilita por tanto el monitoreo y la evaluación del desarrollo turístico impulsado. Supone una valiosa hoja de ruta para guiar la gestión político-administrativa del TAC, mejorar su eficacia y favorecer la continuidad de las actuaciones de operación y gestión (individuales y colectivas, públicas y privadas) que le afectan.

Debe aquí hacerse una doble referencia, definiendo dos baterías de indicadores, de nivel “micro” y “macro”. Ello obedece a la idea de complementar la especificidad del caso del TAC en Canarias, con una base de análisis más general que permita analizar el posicionamiento de Macaronesia y su área de influencia en el contexto turístico internacional.

Por un lado, se monitorean las características locales más decisivas para la sostenibilidad ambiental, económica y social y, por otro, se favorece la contextualización y la comparación mediante la consideración de indicadores usualmente aceptados como referencia de sostenibilidad y competitividad turística regional en el contexto internacional.

Esta doble batería permite, por tanto, conocer cuál es el impacto del desarrollo del TAC en la sostenibilidad; qué aportación hace a la competitividad del destino; y cuál es el nivel de competitividad frente a otros segmentos de actividad turística y a otros destinos TAC competidores, tanto a nivel regional como internacional.

Los indicadores deben responder a principios y criterios determinados y ser pertinentes, claros, concretos, medibles, factibles, creíbles, veraces, fiables, acumulables, comparables y susceptibles de formar indicadores compuestos.<sup>61</sup>

A modo de propuesta, se incluye en Anexo X y Anexo XI una relación de indicadores de monitoreo y evaluación, basados en los mandatos y principios de

---

<sup>61</sup> *Ibíd.*

sostenibilidad y competitividad, que han sido adecuados a las características y condicionantes del programa que propone este estudio.

La propuesta de indicadores “micro” o empresariales se agrupa en los siguientes criterios:

- A1. Minimización de la huella medioambiental empresarial
- A2. Integración y sistematización de buenas prácticas ambientales en la gestión empresarial
- S1. Incorporación y sistematización de buenas prácticas de sostenibilidad sociocultural en la empresa
- S2. Integración de la emprendeduría profesional y empresarial local
- E1. Calidad de oferta y de servicio turístico en la empresa
- E2. Competitividad en la gestión de la empresa turística

La propuesta de indicadores “macro” o sectoriales se agrupa en los siguientes criterios:

- A1. Minimización de la huella medioambiental sectorial
- A2. Integración y sistematización de buenas prácticas ambientales en el sector
- S1. Incorporación y sistematización de buenas prácticas de sostenibilidad sociocultural en el sector
- E1. Integración de la emprendeduría profesional y empresarial local
- E2. Calidad de oferta y de servicio turístico del sector
- E3. Competitividad en la gestión pública del espacio y los recursos turísticos naturales
- E4. Competitividad en la gestión pública de la actividad turística
- E5. Competitividad de procesos de gestión pública

No se ha considerado como parte de este trabajo el proveer un estudio detallado de implantación de tal sistema de indicadores, si bien se aporta en Anexo XII un modelo de ficha, a modo orientativo.

#### 9.4.9. *Introducción de un Programa de Certificación*

El impulso de sostenibilidad – competitividad debe materializarse en un reconocimiento de los esfuerzos realizados por los protagonistas. La pertinencia de implantación de un programa de certificación se justifica por la inexistencia de tales programas específicos dedicados a las actividades de observación de naturaleza marina, profesionales de interpretación del medio y de otra oferta de turismo en la naturaleza. Con un programa de certificación:

- Se promueve que el clúster desarrolle un rol de liderazgo en la materialización de los principios de sostenibilidad, siendo protagonistas fundamentales de su propio modelo de desarrollo sostenible.
- Se dinamiza la actividad de los agentes participantes y se construye una base y un marco de trabajo común para guiar y alcanzar objetivos individuales.
- Ayuda a la visión de conjunto y la adopción de una posición de consenso frente a terceras partes (demanda turística, administración pública, intermediarios turísticos, comunidad local)
- Apoya la puesta en valor y el aprovechamiento eficaz de los recursos locales y refuerza la competitividad del subsector, añadiendo elementos innovadores y compensando déficits del sector turístico regional.
- Facilita y motiva la toma de decisiones por parte de los segmentos específicos de demanda de servicios turísticos y de los demandantes de sostenibilidad y calidad turística en general.

El programa de certificación que se propone se enfoca sobre “turismo responsable” como concepto que canalice el esfuerzo común y guíe la identidad territorial que se pretende construir por desarrollar la región como destino sostenible y competitivo de TAC.

El programa está dirigido a infraestructura y equipamientos (embarcaciones, áreas portuarias, centros de interpretación y otras instalaciones); profesionales de

interpretación (guías turísticos); unidades empresariales (empresas operadoras de TAC, otras empresas de oferta turística marina activas en las áreas de avistamiento, otros negocios turísticos del clúster TAC); y destinos que albergan oferta de TAC. El programa se enfoca sobre la sostenibilidad y la calidad en el desarrollo de las actividades profesionales, empresariales y de gestión pública, otorgándose una “Certificación de Sostenibilidad y Calidad”.

#### 9.4.10. *Acción Exterior*

La región de Canarias se incluye en una de las regiones marinas catalogadas como “Atlántico Norte Templado, región lusitana”, que abarca Canarias, Madeira, Azores, Estrecho de Gibraltar y costa noroccidental africana. La organización internacional WWF la incluye como “eco-región marina crítica o amenazada” del grupo “Global 200” de eco-regiones que requieren acción prioritaria de conservación.<sup>62</sup> La consolidación de Macaronesia como región biogeográfica viene refrendada asimismo por su consideración como tal por la Agencia Europea de Medioambiente y, en concreto, para la red Natura 2000.

Uno de los pasos clave para apuntalar el empuje y éxito del programa es la apuesta por una sólida acción exterior, con actores clave en el ámbito regional macaronésico y nacional. La coordinación evidenciada con la puesta en marcha de los últimos proyectos de investigación del entorno y los recursos marinos (INDEMARES, GESMAR), de conocimiento, divulgación y puesta en valor de las áreas marinas protegidas macaronésicas adscritas a la red Natura 2000 (proyectos MARMAC I y II), de gestión turística (banco de datos estadísticos del área macaronésica SIET-MAC) y de desarrollo local y turismo de base comunitaria (TUR-Sos, entre otros) debe idóneamente complementarse con otros impulsos para trasladar este vector-fuerza de colaboración a los espacios del desarrollo de la actividad turística y de su comercialización.

---

<sup>62</sup> Región de afloramiento tropical del Atlántico este tropical “Corriente de Canarias”, que abarca también Marruecos, Sáhara Occidental, Mauritania, Gambia, Guinea-Bissau y Senegal.

Tal plataforma permitiría no sólo servir de referencia única para el visitante potencial de esas regiones, pero también coadyuva a normalizar y agilizar la comunicación interregional y a canalizar nuevas actuaciones de desarrollo socioeconómico comunitario basadas en la actividad turística. Se fortalece así la visión de “unidad” territorial turística de la región macaronésica y su área de influencia.

El objetivo es aprovechar la base que el concepto biogeográfico “Macaronesia” aporta al estudio del medio marino y su biodiversidad y a la eventual consolidación de los conceptos de “corredores biológicos marinos” o “regiones ecológicas marinas” en la actividad de investigación y gestión de los recursos marino-pesqueros, y su implantación en la imaginaria, como paso previo a la consolidación de una red de actividad de aprovechamiento turístico y, consecuentemente, de la dinamización socioeconómica del área macaronésica.

Debe además considerarse el importante papel que puede desempeñar la región de las islas Canarias como canalizador y catalizador de iniciativas de empleo y desarrollo socioeconómico para las regiones ultra-periféricas (RUP) europeas.<sup>63</sup>

La importancia de tal plataforma radica no tanto en su significado como destino turístico en el concierto internacional (lógicamente, por la distancia geográfica y diversidad de mercados turísticos objetivo), como por la transferencia tecnológicas y de conocimiento con la que Canarias puede beneficiar al resto de regiones implicadas (RUP y arco noroccidental africano).

Cobra de nuevo fuerza la idea de aprovechar las facilidades que pueden aportar los avances tecnológicos para conformar una plataforma de trabajo y una red digital de colaboración.

---

<sup>63</sup> Como RUP se incluyen las islas Canarias, islas Azores, isla de Madeira, Guayana Francesa, Surinam, islas Antillas Holandesas. Se trata de un conjunto de regiones extraterritoriales de la Comunidad europea que, por sus características de lejanía de la plataforma continental, gozan de un estatuto singular y programas específicos.

## CONCLUSIONES

Con el presente trabajo se ha pretendido analizar de forma integral el conjunto de aspectos que deben ser tenidos en cuenta a la hora de definir un programa de desarrollo turístico guiado por la sostenibilidad. Como todo estudio de corte netamente cualitativo, su ventaja radica en evidenciar un conjunto de elementos y aspectos que tiene aplicación general. No obstante se ha querido incluir en el enfoque, en la medida de lo posible y pertinente, las singularidades del caso concreto objeto del análisis, pues ello permite aportar importante valor añadido, desde el punto de vista de la investigación del desarrollo turístico del TAC, dadas las características cuantitativas y cualitativas que han marcado el caso de Canarias.

No se trata de un estudio concluyente. Primero, porque el mundo y mercado turísticos son, como la propia naturaleza humana y su entorno natural, económico y social, cambiantes. Segundo, porque cada caso presenta unas características y condicionantes que lo hacen específico y singular. El trabajo pretende, por tanto, ser únicamente parte de la base que permita seguir construyendo sostenibilidad turística.

Se ha visto que desde el punto de vista de la teoría, la sostenibilidad se ha entendido con el continuo esfuerzo de mejora sobre una cuádruple base de trabajo: el plano medioambiental, el plano socioeconómico y el plano sociocultural. Como cuarto punto de apoyo se identifica el quizás más intangible de todos ellos, el institucional, entendido éste como la capacidad de trabajo y logro conjunto, coordinado y consensuado entre todos los actores participantes.

Este cuarto apoyo es uno de los más importantes a la hora de aplicar estrategias de desarrollo sostenible sobre un destino o territorio (no sólo desde el punto de vista del desarrollo turístico), pues se constituye en la esencia de la competitividad

social. Son, al fin y al cabo, las propias personas, los propios colectivos, con sus diversas prioridades e intereses, los que van a servir de catalizador de cualquier estrategia, programa o actuación. Asegurar la competitividad social es asegurar la competitividad en la toma de decisiones sobre el sistema económico, social, cultural y sobre aquellas que afectan al equilibrio del ecosistema del territorio. Esta es la base fundamental para intentar asegurar competitividad en el efecto que tales decisiones van a tener.

El TAC cuenta con dos ventajas relevantes desde el punto de vista del desarrollo turístico:

La primera, es el principal recurso de la actividad, los cetáceos. Esto es porque estos animales son un verdadero icono social (y por tanto, turístico) al que las personas se sienten atraídos, por razones de muy diversa índole, desde la más “dura” de la observación física hasta la más “intangible” de proyección de creencias, valores y motivaciones personales.

La segunda, es el gran esfuerzo internacional de conservación con que las especies de cetáceos se han visto beneficiadas en todo el mundo. Al hilo de ese esfuerzo, el TAC se ha visto catapultado como alternativa de uso no consuntivo de los recursos. Se ha desarrollado una amplia labor investigadora para ahondar en el muy desconocido campo de la biología y ecología de estos animales y de sus relaciones con su hábitat y con el hombre. Dicho esfuerzo constituye una valiosa base para construir turismo sostenible atendiendo a principios globalmente aceptados y para acercar la esencia que guía el desarrollo de nueva oferta turística a los recursos naturales, el conocimiento de sus características y el reconocimiento de sus valores.

Por tanto, el impulso inicial netamente conservacionista que ha recibido el TAC ha sido positivo para poder preservar la esencia de la actividad turística, como parte

del turismo de naturaleza e, idóneamente, como ecoturismo. Sin embargo, esta ventaja ha supuesto el principal escollo, a la hora de integrar en el sistema turístico todos estos esfuerzos conservacionistas sobre los cetáceos y ese impulso dado por la clase investigadora y por la acción institucional internacional al TAC.

No obstante, que la industria turística haya ido integrando cada vez más el TAC como opción de turismo ha sido algo inevitable, dados la creciente tendencia de globalización y las cada vez más rápidas facilidades de viaje y comunicación que permiten los medios de transporte y las tecnologías de información. En casos, se ha ido imponiendo el sistema comercializador más generalista y, en otros, canales más especializados no han sido lo suficientemente fuertes o significativos como para asegurar la utilidad del TAC usando sus propios argumentos turísticos.

Los déficits de comercialización y la presión del sistema turístico, tanto desde la oferta como desde la demanda, se han traducido en una infrautilización de los recursos y en una “desviación” de su aprovechamiento idóneo.

El caso del TAC en Canarias es singular. No solamente por su condición de destino turístico puntero, que ha beneficiado en cierta forma al mantenimiento del sector de TAC, asegurando un flujo continuado de visitantes. La región cuenta con una biodiversidad de cetáceos y unas facilidades para el desarrollo del TAC que son únicas en Europa. Pocos destinos de TAC en el mundo son comparables a Canarias, por sus buenas condiciones climáticas, su riqueza natural y por las condiciones en las que se desarrolla la actividad (infraestructura y equipamiento, variedad de oferta, calidad de servicio, cercanía de zonas de avistamiento, probabilidad de avistamiento, actividad continuada). Además, se añade la ausencia de otros factores que pudieran mermar el sentimiento de seguridad, tales como catástrofes naturales, conflictos sociales o inseguridad ciudadana, además de una relativa cercanía a los mercados emisores.



Las islas Canarias forman parte de una región singular desde el punto de vista biogeográfico, la Macaronesia, con significativa actividad y gran potencial de TAC. Además, cuentan con una marcada historia como nexo de culturas y continentes y con gran potencial geoestratégico, de cara a las alternativas de desarrollo que se plantean, concretamente para el continente africano. El turismo constituye un apoyo fundamental para el sistema socioeconómico regional, aportando aproximadamente un tercio al PIB y al empleo regional.

El destino ha sufrido dos importantes periodos de avance turístico, siempre tendentes a desarrollar un turismo generalista, dadas las inmejorables condiciones para el desarrollo del turismo de sol y playa (condiciones climáticas, infraestructura). El resultado ha sido un modelo de desarrollo turístico que ha obstaculizado durante décadas cualquier intento de promover oferta turística especializada.

Actualmente, es evidente el efecto de la falta de gestión eficaz del patrimonio natural y la falta de tutela que han sufrido los sectores que aprovechan directamente los recursos naturales. Han caído paulatinamente en el olvido por parte de las administraciones públicas y de la emprendeduría privada, que se han volcado con fervor al desarrollo turístico, generalmente basado en la ocupación del territorio. Ello ha tenido como consecuencia un elevado nivel de degradación del medio natural. Si bien, desde hace algunos años existe una renovada estrategia de protección y puesta en valor del territorio y de sus recursos naturales y culturales.

No obstante, el mencionado modelo turístico ha funcionado durante años en detrimento del completo aprovechamiento de los recursos naturales y de la calidad del visitante. Éste, originariamente visitaba la región para conocer su territorio, su cultura y sus gentes, además de disfrutar del buen clima. La comodidad y la gran infraestructura puesta a su disposición como reclamo, ha provocado una pérdida

paulatina del interés en la realidad del destino, por haber sido “olvidado” o no ser conocido en origen, ni promocionado desde las agencias turísticas responsables.

En este marco, el desarrollo del TAC en Canarias ha venido marcado por los intereses de los grandes intermediarios de turismo generalista, de forma que el sector, las unidades de negocio y los tomadores de decisión en administraciones públicas, no han podido o sabido desplegar la esencia o el potencial de la actividad, ni hacia el exterior (visitante) ni hacia la propia región (comunidad local). Últimamente, la necesidad de diversificar y especializar el producto turístico y las perspectivas de desarrollo regional mencionados, evidencian de forma clara el campo de posibilidades.

Este campo de actuación debe necesariamente ser abordado desde la sostenibilidad, para beneficiar a todos los participantes: poniendo en valor y minimizando el impacto sobre los recursos y medio naturales para asegurar su buen estado de conservación; y maximizando la utilidad que revierte sobre las comunidades de destino para proveer nuevas alternativas de ingreso y empleo, para motivar a la participación económica y social, y para fortalecer el tejido empresarial y favorecer la cohesión social.

El TAC debe ser abordado de forma especial desde la competitividad, pues existen unos condicionantes que derivan del sistema turístico existente: necesidades de mantenimiento de la infraestructura turística y la estructura económica creada; intereses de grandes inversores locales y extranjeros, así como de grandes intermediarios turísticos; y extremo nivel de competencia, tanto en el sector del TAC como del propio destino frente a otras regiones competidoras.

Se ofrecen magníficas posibilidades de servir como referente al desarrollo turístico en regiones anexas y de construir un macro-destino turístico único en el mundo, basado en el turismo de naturaleza. La implicación es doble, pues se puede

favorecer el desarrollo comunitario sostenible en regiones anexas más pobres, al tiempo que ayuda a consolidar el de la propia región de Canarias como respuesta a la necesidad de cambio de modelo turístico.

Para ello, se han definido unos elementos y unas actuaciones que se consideran básicos para ayudar a encauzar adecuadamente y a alcanzar estos objetivos:

- definir los participantes, para poder integrarlos desde el proceso de planificación del cambio en un clúster TAC, favoreciendo el “sentido de pertenencia” y el establecimiento de objetivos comunes contruidos de forma participativa.
- especializar y diversificar el producto turístico regional, creando una oferta que integre las ventajas de los atractivos originales y del actual modelo con aquellos recursos (naturales, materiales, humanos), iniciativas empresariales y perspectivas personales no puestas en valor o desaprovechadas desde el punto de vista del desarrollo turístico, y aprovechando las nuevas motivaciones turísticas.
- Implantar medidas y promover actuaciones para minimizar déficits de participación social y capacitación profesional de los actores participantes del clúster, que deben ser cubiertas, así como marcar una estrategia de financiación que asegure viabilidad a largo plazo y compromiso de aquellos que disfrutan del TAC, desde la oferta y desde la demanda turística.
- Definir herramientas para: potenciar el encadenamiento comercial; fortalecer la presencia y de imaginería relacionada con los cetáceos y el medio marino en los colectivos locales y visitantes; y favorecer la divulgación del conocimiento en torno a los cetáceos, el medio marino, y las personas y los valores relacionados y de las necesidades y ventajas de conservarlos.
- Favorecer la calidad de servicio turístico, la calidad del estado de conservación de los recursos, la calidad de participación y la calidad de

dinámicas económicas y sociales, a través de un sistema de indicadores que permita al monitoreo y la corrección de desequilibrios.

- Añadir valor al turista participante, a los actores integrantes del clúster del TAC y al propio sector de oferta turística TAC, mediante la implantación de un sistema de certificación
- Aprovechar el gran valor ecológico y los esfuerzos de investigación y conservación en torno a los cetáceos, que se llevan a cabo tanto a nivel internacional como regional, para aprovechar sinergias y generar actividad turística sostenible.

Desarrollar turísticamente un nuevo destino e innovar un destino maduro conllevan paralelismos. Una estrategia de cambio siempre se aborda para ofrecer nuevas oportunidades de generar ingreso, empleo, de crear dinámica y crecimiento sociocultural. En unos casos debe partirse desde cero. En otros, como el de Canarias, reinventar la oferta también supone “volver al punto cero” de la oferta turística, redefiniendo el planteamiento e innovando con el diseño de nuevos productos. No obstante, las bases y la cultura turística existente en este caso, conjugadas de forma equilibrada, deben jugar una importante ventaja.

El TAC ofrece una buena oportunidad para redescubrir la naturaleza canaria, origen y antaño principal atractivo del turismo, al tiempo que se asegure la puesta en valor de los recursos naturales objetivo bajo principios de sostenibilidad.

El TAC no puede considerarse como la panacea de salida a una crisis económica ni la solución a un planteamiento de crecimiento turístico a corto plazo. Estas implicaciones no se encuentran en la esencia de este tipo de actividad turística. Pero sí es un valioso recurso, como toda actividad turística basada en la naturaleza, para añadir valor económico y social de forma estable y minimizar las cargas ambientales y económicas que conlleva el desarrollo turístico

El desarrollo turístico tiene un inevitable efecto colateral sobre cambios los modos de vida y valores en las comunidades receptoras o comunidades locales del destino. El origen de los esfuerzos por minimizar riesgos en este sentido se acerca más al campo del sistema educativo y formativo que debe acompañar a todo desarrollo comunitario, independientemente del origen de dicho desarrollo. El comportamiento social responsable no debe conocer fronteras o hacer distinción entre diferentes estrategias de desarrollo, pues se trata de un valor universal de la vida en comunidad.

Lo que sí debe formar parte de la sostenibilidad sociocultural en el caso del desarrollo del TAC es la divulgación de los valores que puede aportar, como actividad de desarrollo con bajo impacto ambiental, como aprovechamiento no consuntivo y como ejemplo de una experiencia de ocio educativo que proporciona satisfacción y emoción. Es ésta la utilidad social que debe ser aprovechada. Y el potencial de esta utilidad social debe ser aprovechada para consolidar y generar nueva utilidad económica, cerrándose así el círculo virtuoso: el beneficio obtenido con el TAC reafirma su valor para conservar el medio y elevar el nivel de bienestar.

En definitiva, el TAC ofrece una sólida alternativa para generar dinámica económica, social y cultural en el destino y, en el largo plazo, asegurar la resiliencia del destino ante cambios adversos y la flexibilidad al cambio, marcar diferencias y permanecer competitivos. La singularidad del patrimonio natural y cultural de cada destino es un apoyo que debe jugar siempre un papel de primera fila. En muchos casos, su éxito puede significar el del destino.

## 10. REFERENCIAS DE DOCUMENTACIÓN Y BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Acerenza, MA. 2004. Fundamentos de Marketing Turístico. México. Ed. Trillas.

ALIDES (Alianza para el Desarrollo Sostenible de Centro América) 2004. Declaración de Guácimo (en línea). Consultado 19 dic. 2009. Disponible en <http://www.ccad.ws/antecedentes/alides/bases.htm>

Alonso, LE. 1998. Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En Delgado, J; Gutiérrez, J. (coords.), Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales, Madrid, ES, Síntesis. p. 225-240.

Bien, A. 2004. Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo (en línea). Ed. CESD (Center for Ecotourism and sustainable development, US). Documento PDF, 32 p. Consultado 9 de dic. 2009. Disponible en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1028828>

Callejo, J; Gutiérrez, J; Viedma, A. s.f. Análisis empírico de la demanda turística. Madrid, ES, Centro de Estudios Ramón Areces. 367 p.

Capra, F. 1997. El Tao de la Física: una exploración de los paralelismos entre la física moderna y el misticismo oriental. Málaga, ES, Editorial Sirio. 478 p.

\_\_\_\_\_. 2009. La trama de la vida: una nueva perspectiva de los seres vivos. Barcelona, ES, Anagrama. 368p.

Carlson, C. 2008. A review of whale watch guidelines and regulations around the world version 2008 (en línea). Proceedings IWC Annual Meeting (60, 2008,

Santiago de Chile) Scientific Committee, document SC/53/WW4. Documento PDF, 149 p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en

<http://iwcoffice.org/documents/conservation/WWREGSApril0408.pdf>

Castellano P, JM. 2008. Turismo sostenible y diversificación de la oferta en las islas Canarias (España) (en línea). Études caribéennes. Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux no. 9/10. Consultado 30 mayo de 2009.

Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/document1343.html>

CE (Comisión Europea). 1993. Quinto programa comunitario de actuación en materia de medio ambiente: hacia un desarrollo sostenible (en línea). Diario Oficial C 138 de 17.05.1993. Disponible en

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/other/l28062\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/other/l28062_es.htm)

\_\_\_\_\_. 2001. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre el Sexto Programa de Acción de la Comunidad Europea en materia de Medio Ambiente. Medio Ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos (en línea). Consultado 17 nov.2009. Disponible en

[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0031es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0031es01.pdf)

\_\_\_\_\_. 2002. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2002, sobre la aplicación de la gestión integrada de las zonas costeras en Europa. Diario Oficial nº L 148 de 06/06/2002, 24 –27 (en línea). Consultado 17 nov. 2009. Disponible en

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002H0413:ES:HTML#texte>

\_\_\_\_\_. 2007. Comunicación de la Comisión: agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo /\* COM/2007/0621 final \*/ (en línea). Consultado 17 nov.

2009. Disponible en <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:ES:PDF>

\_\_\_\_\_. 2007. Comunicación de la Comisión - Informe al Parlamento Europeo y al Consejo: evaluación de la gestión integrada de las zonas costeras (GIZC) en Europa COM/2007/0308 final/ (en línea). Consultado 17 nov. 2009. Disponible en [http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=es&type\\_doc=COMfinal&an\\_doc=2007&nu\\_doc=308](http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=es&type_doc=COMfinal&an_doc=2007&nu_doc=308)

\_\_\_\_\_. 2007. Política Marítima de la UE. Cifras y Datos – España (en línea). Consultado 30 nov. 2009. Disponible en <http://ec.europa.eu/maritimeaffairs>

\_\_\_\_\_. 2009. Nota de prensa de la Comisión IP/09/1286 (en línea). Consultado 5 mayo 2010. Disponible en: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1286&format=HTML&aged=0&language=ES&guiLanguage=en>

CELB (Center for Environmental Leadership in Business, US); Coral Reef Alliance (CORAL, US); Tour Operators Initiative (TOI, ES). s.f. A practical guide to good practice. Managing environmental Impacts in the Marine Recreation Sector (en línea). Documento PDF, 24p. Consultado 16 oct. 2006. Disponible en <http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/MarineRecreationGuide.pdf>

Clúster Marítimo Español. 2009. Manual de buenas prácticas en Responsabilidad Social para el Sector Marítimo Español (en línea). Documento PDF, 124 p. Consultado 12 abr. 2010. Disponible en [http://www.clustermaritimo.es/rsm/documentos/Manual%20BPRSM\\_AF\\_v2.pdf](http://www.clustermaritimo.es/rsm/documentos/Manual%20BPRSM_AF_v2.pdf)



CMC (Clúster marítimo de Canarias, ES). 2007. Contribución del Clúster Marítimo de Canarias al Libro Verde de Política Marítima Europea (en línea). Documento PDF, 21 p. Consultado 28 abr. 2008. Disponible en

[http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/contributions\\_post/346cluster\\_maritimo\\_de\\_canarias.pdf](http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/contributions_post/346cluster_maritimo_de_canarias.pdf)

Coleman, D; Iso-Ahola, SE. 1993. Leisure and health: The role of social support and self-determination. *Journal of Leisure Research*, 25: 111-128.

Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Canarias, ES. 2006. Canarias y su zona geográfica de expansión y complementariedad (en línea). Consultado 4 ene. 2009. Disponible en

[http://www2.gobiernodecanarias.org/hacienda/beha/labiblioteca/ver\\_publicacion\\_x\\_centro.jsp?i=1&centro\\_id=10&buscar\\_cliente](http://www2.gobiernodecanarias.org/hacienda/beha/labiblioteca/ver_publicacion_x_centro.jsp?i=1&centro_id=10&buscar_cliente)

Consejería de Medioambiente y Ordenación Territorial del Gobierno de Canarias, ES. 2000. Decreto 178/2000 de 6 de setiembre por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos (en línea). Documento PDF, 12 p. Disponible en <http://www.gobcan.es/boc/2000/133/boc-2000-133-002.pdf>

Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, ES. 2008. Estudio sobre la actitud de los canarios ante el turismo (en línea). Documento PowerPoint. Consultado 4 nov. 2009. Disponible en

[http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/viceconsejeria/EncyEst/actitudes%20turismo\\_RESUMEN.ppt](http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/viceconsejeria/EncyEst/actitudes%20turismo_RESUMEN.ppt)

Corkeron, PJ. 2004. Whale Watching, Iconography, and Marine Conservation (en línea). *Conservation Biology* 18(3): 847-849. Documento PDF, 3 p. Consultado 11 dic. 1009. Disponible en:

[www.seaturtle.org/PDF/Corkeron\\_2004\\_ConservBiol.pdf](http://www.seaturtle.org/PDF/Corkeron_2004_ConservBiol.pdf)

Crouch, GI; Ritchie, JRB. 1999. Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research* 44: 137-152.

\_\_\_\_\_. 2006. Destination Competitiveness: Insights into Attribute Importance (en línea). Documento PDF, 16 p. Consultado 15 oct. 2009. Disponible en <http://tourism-conference.eap.gr/pdf%20files/Crouch%20G.pdf>

\_\_\_\_\_. 2007. Measuring Tourism Competitiveness: Research, Theory and the WEF Index (en línea). ANZMAC 2007 Conference Proceedings (3-5 December, Dunedin, NZ), p. 73-79. Documento PDF. Consultado 15 dic. 2009. Disponible en [http://conferences.anzmac.org/ANZMAC2007/papers/Crouch\\_1.pdf](http://conferences.anzmac.org/ANZMAC2007/papers/Crouch_1.pdf)

Cumbre Mundial de Ecoturismo (2002, Quebec, CA.) 2002. Informe final (en línea). OMT (Organización Mundial Del Turismo, ES); PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, KE). Documento PDF, 148 p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/espagnol/Informe%20Final%20Ecoturismo1.pdf>

Dobado G, R. 2008. Sarkozy y otra medición del PIB, en *Tribuna Complutense*, 19, febrero 2008. Documento PDF. Consultado 14 oct. 2009. Disponible en [www.ucm.es/info/ucmp/cont/descargas/prensa/tribuna1414.pdf](http://www.ucm.es/info/ucmp/cont/descargas/prensa/tribuna1414.pdf)

Domínguez M, J. 2008. El modelo turístico de Canarias (en línea). *Études Caribéennes*, 9-10/2008, Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux (en línea). Consultado 30 nov. 2009. Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/document1082.html>

Dwyer, L; Kim, CH. 2003. Destination Competitiveness: A Model and Determinants (en línea). Consultado 31 nov. 2009. Disponible en <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/demanda%20turistica/DESTINATION%20COMPETITIVENESS%20A%20MODEL%20AND%20DETERMINANTS.PDF>

Elejabeitia, C; Servidio, A; Ianni, V; López, T. 2002. Estudio socioeconómico de actividades de observación de cetáceos en Tenerife 2002. Gobierno de Canarias. Sin publicar.

\_\_\_\_\_; Servidio, A. 2004. Seguimiento de actividades de observación de cetáceos. Gestión de actividades turísticas en el medio marino. GESPLAN en nombre del Gobierno de Canarias para el proyecto INTERREG II Macaronesia OGAMP 2003-2004. Sin publicar.

Elkington, J. 1994. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. California Management Review 36(2): 90-100.

EXCELTUR. 2009. Informe IMPACTUR 2008 (en línea). Consultado 4 nov. 2009. Documento PDF, 52 p. Disponible en [http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/exceltur\\_CANARIAS08\\_web.pdf](http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/exceltur_CANARIAS08_web.pdf)

FODESTUR. 2005. El Mercado Europeo. Perfil del ecoturismo. Informe 2005 (n línea). Documento PDF, 38 p. Consultado 7 de dic. 2009. Disponible en [www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx?Archivo=odoc\\_2230\\_1\\_15082005.pdf](http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=odoc_2230_1_15082005.pdf)

Ferreira, J; Estevão, C. 2009. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal (en línea). Munich Personal RePEc Archive. Paper

No. 14853. Consultado 24 dic. 2009. En línea. Disponible en <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/14853>

FutureBrand. 2009. 2009 Country Brand Index Executive Summary (en línea). Documento PDF, 23p. Consultado 30 nov. 2009. Disponible en <http://www.futurebrand.com>

\_\_\_\_\_. 2009. 2009+ 10 Trends predictions and provocations (en línea). Documento PDF, 15 p. Consultado 30 nov. 2009. Disponible en <http://www.futurebrand.com>

Gobierno de España. 2009. Estrategia para la economía sostenible. Documento de síntesis.

Goeldner, CR; Ritchie, JRB. 2006. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 10ed. Hoboken, NJ, US, WILEY. 608p.

Higgins, BR. 1997. The Global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourists, Tour Operators and Local Businesses (en línea). Documento PDF, 19 p. Disponible en <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20medio%20ambiente/GLOBAL%20STRUCTURE%20OF%20TOURISM%20INDUSTRY%20ECOTOURISM.PDF>

Higham, JES; Bejder, L; Lusseau, D. 2008. An integrated and adaptive management model to address the long-term sustainability of tourist interactions with cetaceans (en línea). Environmental Conservation 35(4): 294-302. Documento PDF. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en [http://www.cfr.murdoch.edu.au/mucru/Higham,%20Bejder%20&%20Lusseau%20\(2008\)%20EC.pdf](http://www.cfr.murdoch.edu.au/mucru/Higham,%20Bejder%20&%20Lusseau%20(2008)%20EC.pdf)

Honey, M; Rome A. 2001. Protecting Paradise: Certification Programs for Sustainable Tourism and Ecotourism (en línea). Institute for Policy Studies. Documento PDF, 115 p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en <http://destinet.ew.eea.europa.eu/tools/fo1403268/archived-publications/StandardsforParadise.pdf>

\_\_\_\_\_ ; Krantz, D. 2007. Global trends in coastal tourism (en línea). CESD (Center for Ecotourism and Sustainable Development, US). Documento PDF, 140 p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en [http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Global\\_Trends\\_in\\_Coastal\\_Tourism\\_by\\_CESD\\_Jan\\_08\\_LR.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Global_Trends_in_Coastal_Tourism_by_CESD_Jan_08_LR.pdf)

\_\_\_\_\_. 2008. Ecotourism and sustainable development: who owns paradise? 2 ed. Washington, US, Island Press. 551p.

Hoyt, E. 1995. The worldwide value and extent of whale watching: 1995. Bath, UK, WDCS. 36p.

\_\_\_\_\_. 2001. Whale Watching 2001: Worldwide Tourism Numbers, Expenditures, and Expanding Socioeconomic Benefits. Yarmouth Port, MA, US, IFAW. 157p.

\_\_\_\_\_. 2002. Encyclopedia of marine mammals: whale watching. San Diego, CA, US, Academic Press, p. 1305-1310.

\_\_\_\_\_. 2007. A blueprint for dolphin and whale watching development (en línea). Humane Society International. Documento PDF, 28p. Disponible en [http://www.hsus.org/web-files/PDF/hsi/blueprint\\_for\\_whalewatching\\_hoyt.pdf](http://www.hsus.org/web-files/PDF/hsi/blueprint_for_whalewatching_hoyt.pdf)

Interpret Scotland. 2000. It's easy as 1 2 3 a checklist to help you produce quality interpretation (en línea). The Journal for Scotland's Interpreters Interpret Scotland no.2: 4. Documento PDF, 12 p. Disponible en

[http://www.interpretscotland.org.uk/website/interpretscotland.nsf/byunique/pastissues.html/\\$FILE/interpscot2.pdf](http://www.interpretscotland.org.uk/website/interpretscotland.nsf/byunique/pastissues.html/$FILE/interpscot2.pdf)

IFAW (International Fund for Animal Welfare, US). 1999. Report of the workshop on the socioeconomic aspects of whale watching (8–12 December 1997 Kaikoura, NZ). 88p.

International Workshop Mohonk Mountain House (2000, NY, US). Mohonk Agreement.

ISTAC (Instituto Canario de Estadística, ES). Banco de datos (en línea). Disponible en <http://www2.gobiernodecanarias.org/istac>

IUCN (International Union for Conservation of Nature, CH) 2008. Recomendaciones 4.115.Utilización no letal de las ballenas y 4.129 Fortalecimiento de la gestión integrada de las zonas costeras (en línea). UICN Congreso Mundial de la Naturaleza, 5–14 de octubre de 2008, Barcelona, ES. Consultado 17 nov. 2009. Disponible en

[http://www.iucn.org/congress\\_08/assembly/policy](http://www.iucn.org/congress_08/assembly/policy)

\_\_\_\_\_. 2010. IUCN Red List of Threatened Species. Versión 2010.1. Consultado 6 abr. 2010. Disponible en [www.iucnredlist.org](http://www.iucnredlist.org)

IWC (International Whaling Commission, GB). 2004. Report of the Workshop on the Science for Sustainable Whalewatching. Breakwater Lodge Cape Town, South

Africa, 6 – 9 March 2004, 29 p. Documento PDF. Consultado 17 nov. 2009. Disponible en

[http://www.iwcoffice.org/documents/sci\\_com/workshops/WW\\_Workshop.pdf](http://www.iwcoffice.org/documents/sci_com/workshops/WW_Workshop.pdf)

\_\_\_\_\_. 2007. The way forward, 31p. Consultado 17 nov. 2009. Disponible en

<http://www.defra.gov.uk/wildlife-pets/wildlife/protect/whales/documents/iwc-wayforward.pdf>.

\_\_\_\_\_. 2009. Report of the Intersessional Correspondence Group on Whalewatching. Whalewatching - bringing together science, management and capacity building. Conservation Committee. IWC\61\CC9. Documento PDF, 6 p. Consultado 24 nov. 2009. Disponible en

<http://www.iwcoffice.org/documents/commission/IWC61docs/61-CC9.pdf>

Kay, P. 2003. Consumer motivation in a tourism context: continuing the work of Maslow, Rokeach, Vroom, Deci, Haley and others (en línea). ANZMAC 2003 Conference Proceedings (1-3 December, Adelaide, AU), p. 600-614. Documento PDF. Consultado 8 dic. 2009. Disponible en

[http://smib.vuw.ac.nz:8081/WWW/ANZMAC2003/papers/CON17\\_kayp.pdf](http://smib.vuw.ac.nz:8081/WWW/ANZMAC2003/papers/CON17_kayp.pdf)

LEADER European Observatory. 1999. Territorial competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience (en línea). Rural Innovation 6-1. Consultado 9 nov. 2009. Disponible en

<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/compet/contents.htm>

\_\_\_\_\_. 2000. Social Competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience (en línea). Rural Innovation 6-2. Consultado 27 nov. 2009. Disponible en

<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/compet/contents.htm>

Lindberg, K; Furze, B; Staff, M; Black, R. 1997. Ecotourism and other services derived from forests in the Asia-Pacific region: Outlook to 2010 (en línea). Disponible en <http://www.fao.org/DOCREP/W7714E/w7714e06.htm>

Mazaro, R. 2007. La Sustentable Levedad del Visitar: modelo de evaluación de competitividad y sostenibilidad estratégica de destinos turísticos (en línea). Turismo - Visão e Ação (9)3: 325-339. Documento PDF. Consultado 12 dic. 2009. Disponible en <https://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/169/1405>

Ministerio de la Presidencia del Gobierno de España. REAL DECRETO 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos. Consultado 14 mayo 2010. Documento PDF, 5 p. Disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/2008/01/12/pdfs/A02292-02296.pdf>

MMARM (Ministerio de Medioambiente y Medio Rural y Marino del Gobierno de España). 2009. Página oficial (en línea). Disponible en <http://www.mma.es>

Maslow, AH. 1943. A theory of human motivation (en línea). Psychological Review no. 50: 370-396. Consultado 16 dic. 2009. Disponible en <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>

Meadowcroft, J; Farrell, KN; Spangenberg, J. 2005. Developing a framework for sustainability governance in the European Union (en línea). Int. J. Sustainable Development 8(1/2): 3–11. Consultado el 9 dic. 2009. Disponible en <http://inderscience.metapress.com/>

Miller, ML. 2008. Marine wildlife and tourism management: insights from the natural and social sciences. Marine Wildlife Tourism Management: Mandates and Protected Area Challenges. CAB INTERNATIONAL, p. 233-255.



Moyle, B; Evans, M. 2008. Economic development options for island states: The case of whalewatching. Shima: The International Journal of Research into Island Cultures (2)1: 41-58. Documento PDF. Consultado 5 nov. 2009. Disponible en <http://shimajournal.org/issues/v2n1/f.%20Moyle%20&%20Evans%20Shima%20v2n1.pdf>

NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration, US). 2008. Canary Current large marine ecosystem (en línea). Publicado en Encyclopedia of Earth Mayo 8, 2008. Consultado 15 mar. 2010. Disponible en [http://www.eoearth.org/article/Canary\\_Current\\_large\\_marine\\_ecosystem](http://www.eoearth.org/article/Canary_Current_large_marine_ecosystem)

O'Connor, S; Campbell, R; Cortez, H; Knowles, T. 2009. Whale Watching Worldwide - Tourism numbers, expenditures and expanding economic benefits, a special report from the International Fund for Animal Welfare, Yarmouth MA, USA, prepared by Economists at Large (en línea). Disponible en [http://www.ifaw.org/Publications/Program\\_Publications/Whales/asset\\_upload\\_file812\\_55368.pdf](http://www.ifaw.org/Publications/Program_Publications/Whales/asset_upload_file812_55368.pdf)

Olson, D; Dinerstein, E. 2002. The Global 200: priority ecoregions for global conservation. Annals of the Missouri Botanical Garden no. 89: 199 – 224. Documento PDF. Consultado 15 mar. 2010. Disponible en <http://www.worldwildlife.org/science/ecoregions/WWFBinaryitem4810.pdf>

OMT (Organización Mundial del Turismo, ES). 2001. Código ético mundial para el turismo (en línea). Asamblea General (13, Santiago de Chile). Documento PDF, 8p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en <http://www.unwto.org>

\_\_\_\_\_. 2005. Normas para el turismo: colaboración de la Organización Mundial del Turismo con la ISO. Consultado 30 nov. 2009. Disponible en

<http://www.iram.org.ar/eventos/Seminario70/presentaciones/HenryHandszuh.pdf>

\_\_\_\_\_. 2009. Panorama mundial del turismo 2009. Madrid: OMT. Disponible en <http://www.unwto.org>

Parasuraman, A; Berry, L; Zeithaml, A. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 49 (4): 41-50.

\_\_\_\_\_. 1988. SERVQUAL: A Multiple - Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing 64(1): 12-40.

\_\_\_\_\_. 1991. Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale, Journal of Retailing 67(4): 420-450.

Porter, M. 2003. Ser competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones. Barcelona, ES. Deusto. 480 p. ISBN 84-234-2113-9.

PNUMA (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, KE); OMT (Organización Mundial Del Turismo, ES). 2006. Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos. Madrid, ES, OMT. 238 p.

Rainforest Alliance, US; Conservation International, US. s.f. Guide to good practices for sustainable tourism in marine-coastal Ecosystems Lodging Businesses. 103 p.

\_\_\_\_\_. s.f. Buenas prácticas de turismo sostenible (en línea). Documento PDF, 131 p. Disponible en

[http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)

Reguero, M. 2004. 10 Estrategias que fomentan la sostenibilidad del ecoturismo. Documento PDF, 10 p. Consultado 7 dic. 2009. Disponible en [http://www.mma.es/portal/secciones/formacion\\_educacion/reflexiones/2004\\_02reguero.pdf](http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/reflexiones/2004_02reguero.pdf)

Ritchie, JR; Crouch, G. 2002. Overview presentation on destination management and a conceptual framework for an index of destination competitiveness (en línea). Think Tank sobre gestión de destino turístico de la OMT (Organización Mundial de Turismo, ES). 3 dic. 2002, Madrid, ES. Documento PowerPoint. Consultado 9 de dic. 2009. Disponible en [http://www.ucalgary.ca/~britchie/Index\(v3\).ppt](http://www.ucalgary.ca/~britchie/Index(v3).ppt)

Sánchez, DC. 2009. Un sistema de indicadores turísticos básicos: primera aproximación (en línea). Documento PDF, 24 p. Consultado 12 abr. 2010. Disponible en [http://2016.turismo.gov.ar/wp\\_turismo/wp-content/uploads/2009/10/2cnct-ponencia-sanchez.pdf](http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/10/2cnct-ponencia-sanchez.pdf)

Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España. 2008. Documento ejecutivo del plan del turismo español Horizonte 2020 (en línea). Documento PDF, 70 p. Consultado 20 nov. 2009. Disponible en <http://www.turismo2020.es/index.php?/esp/documentacion>

\_\_\_\_\_. 2009. Nota de prensa del 15 de junio. Consultado 2 dic. 2009. Disponible en <http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/listadoNotasPrensa.aspx>

\_\_\_\_\_. 2009. Nota de prensa del 4 de setiembre. Consultado 2 dic.2009. Disponible en

<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/listadoNotasPrensa.aspx>

\_\_\_\_\_. 2009. Nota de prensa del 28 de setiembre de 2009 (en línea). Consultado 2 dic. 2009. Disponible en

<http://www.mityc.es/es-ES/GabinetePrensa/NotasPrensa/Paginas/listadoNotasPrensa.aspx>

Smith, A; Lee, D; Newsome, D; Stoeckl, N. 2006. Tourism, Consumption and Representation. Production and Consumption of Wildlife Icons: Dolphin Tourism at Monkey Mia, Western Australia. Eds. K. Meethan, A. Anderson & S. Miles para CABI. p. 113-139.

Spalding, MD; Helen E; Fox, G; Allen, R.; Davidson, N. 2007. Marine Ecoregions of the World: A Bioregionalization of Coastal and Shelf Areas (en línea). Bioscience 57 (7): 573–583. Documento PDF. Consultado 15 mar. 2010. Disponible en <http://www.nature.org/tncscience/files/spalding.pdf>

Spangenberg, JH; Valentine, A. 1999. Indicators for sustainable communities. The prism of sustainability (en línea). Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en <http://www.foeeurope.org/sustainability/sustain/t-content-prism.htm>.

TIES (The International Ecotourism Society, US). 2006. Factsheet: Global Ecotourism (en línea). Documento PDF, 6 p. Consultado 5 feb. 2010. Disponible en <http://www.toes.ca/assets/files/Ecotourism%20Fact%20Sheet%20-%20Global%5B1%5D.pdf>

TRA (Tourism Research Australia). 2009. Nature Tourism Factsheet: Year ending June 2009 (en línea). Documento PDF, 2 p. Consultado 2 mar. 2010. Disponible en

[http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Nature\\_factsheet\\_FINAL.pdf](http://www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Nature_factsheet_FINAL.pdf)

UN (United Nations Organization, US) General Assembly (42, 1987, US). Annex: Report of the World Commission on Environment and Development "Our Common Future" (en línea). Consultado 18 dic. 2009. Disponible en <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>

\_\_\_\_\_. 2002. Plan of Implementation of the World Summit on Sustainable Development (Johannesburg, SA) (en línea). Documento PDF, 62 pp. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en

[http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD\\_POI\\_PD/English/WSSD\\_PlanImpl.pdf](http://www.un.org/esa/sustdev/documents/WSSD_POI_PD/English/WSSD_PlanImpl.pdf)

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, FR). 2006. A handbook for measuring the progress and outcomes of Integrated Coastal and Ocean Management (en línea). IOC Manuals and Guides, 46; ICAM Dossier, 2. Paris, UNESCO. Documento PDF, 45 p. Consultado 15 mar. 2010. Disponible en

<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147313e.pdf>

UNWTO (United Nations World Tourism Organization, ES). 2009. UNWTO World Tourism Barometer (en línea). Documento PDF, 12p. Consultado 30 nov. 2009. Disponible en [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

\_\_\_\_\_. 2009. UNWTO Panorama del turismo internacional (en línea). Documento PDF, 12p. Consultado 30 nov. 2009. Disponible en [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Vera JF. 2001. Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores (en línea). Alicante, España. Instituto Universitario de Geografía. Documentos de Trabajo no. 1. Documento PDF, 61 p. Consultado 12 abr. 2010. Disponible en <http://www.cervantesvirtual.com/portal/IIGG/planificacion.pdf>

\_\_\_\_\_ ; Ivars, JA. 2004. Indicadores de sostenibilidad para destinos maduros: balance y propuestas de aplicación (en línea). Consultado 12 de abr. 2010. Disponible en

<http://www.grupoinvesturismo.ua.es/investigacion/proyectos/indicadores2.pdf>

WEF (World Economic Forum, CH). 2009. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 (en línea). Consultado 15 oct. 2009. Disponible en <http://www.weforum.org/documents/TTCR09/index.html>

WTTC (World Travel and Tourism Council, GB); IH&RA (International Hotel and Restaurant Association, CH). 1999. The Global Importance of Tourism. Background Paper (en línea). Commission on Sustainable Development, Seventh Session, 19-30 April 1999, New York. Documento PDF, 16 p. Consultado 24 dic. 2009. Disponible en

<http://www.un.org/esa/sustdev/csd/wttc.pdf>

\_\_\_\_\_. 2003. Blueprint for New Tourism (en línea). Documento PDF, 16 p. Consultado 9 dic. 2009. Disponible en

[http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/blueprintfnt03.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/blueprintfnt03.pdf)

## 11. ANEXOS

### ANEXO I CHARTER DEL PROYECTO

**Tema Propuesto:** PROGRAMA DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE AVISTAMIENTO DE CETÁCEOS EN LAS ISLAS CANARIAS.

**Justificación de la investigación:** Canarias es un destino turístico líder y maduro, basado en el producto “sol y playa”. Ha construido su modelo y cultura turística sobre el visitante generalista y las operaciones a gran escala. El nuevo perfil del viajero, las nuevas tecnologías y la crisis económica mundial han evidenciado la necesidad de dar un salto cualitativo en la oferta de la región, en pro de la sostenibilidad del destino y para asegurar un alto nivel de calidad percibida. El TAC en Canarias ofrece una rica base de recursos naturales y un potencial singular en Europa, que aún no han sido reconocidos.

**Objetivo(s) de la investigación:**

Proponer un programa de desarrollo sostenible y competitivo del TAC que sirva de modelo a otros destinos TAC y que incluya: descripción de la situación teórico-práctica de partida; definición de las utilidades y riesgos del TAC; y un aporte secuencial de las vías más adecuadas para materializar el potencial definido, incluyendo, clúster participante, productos y actuaciones.

**Descripción general de la investigación:**

Estudio del caso de TAC en Canarias basado en investigación documental, entrevistas semi-estructuradas y cuestionarios realizados a agentes participantes en el sector.

**Aportes esperados con la investigación:**

Mejorar el conocimiento sobre aspectos y elementos clave para la mejorar la sostenibilidad y competitividad del TAC. Desarrollar propuestas con las que el TAC pueda contribuir a la calidad turística del destino, para su aplicación práctica al caso y a otros similares.

**Tutor propuesto:** Leyla Solano

**Firma del Tutor:**



**Nombre del estudiante:** Carlos Elejabeitia von Spacek-Streer

**Firma del estudiante:**



**Aprobado:**

SI

NO

**Firma Director Académico MGTS:** Leyla Solano, MSc.

## ANEXO II. ESPECIES DE CETÁCEOS Y DE TORTUGAS MARINAS CATALOGADAS COMO AMENAZADAS

CATALOGO NACIONAL DE ESPECIES AMENAZADAS		
Nombre Común	Especie	Categoría
Ballena vasca o Ballena franca	<i>Eubalaena Glacialis</i>	En peligro de extinción
Ballena Yubarta	<i>Megaptera novaeangliae</i>	Sensible a la alteración de su hábitat
Delfín mular	<i>Tursiops truncatus</i>	Vulnerable
Calderón tropical	<i>Globicephala macrorhynchus</i>	Vulnerable
Rorcual común	<i>Balaenoptera physalus</i>	Vulnerable
Rorcual azul	<i>Balaenoptera musculus</i>	Vulnerable
Rorcual norteño	<i>Balaenoptera borealis</i>	Vulnerable
Rorcual aliblanco	<i>Balaenoptera acutorostrata</i>	Vulnerable
Cachalote común	<i>Physeter catodon</i>	Vulnerable
Delfín común (Mediterráneo)	<i>Delphinus delphis</i>	Vulnerable
Marsopa común	<i>Phocoena phocoena</i>	Vulnerable
Calderón tropical	<i>Globicephala macrorhynchus</i>	De interés especial
Yubarta	<i>Megaptera novaeangliae</i>	De interés especial
Delfín común (Atlántico)	<i>Delphinus delphis</i>	De interés especial
Cachalote pigmeo	<i>Kogia breviceps</i>	De interés especial
Orca	<i>Orcinus orca</i>	De interés especial
Calderón común	<i>Globicephala melas</i>	De interés especial
Calderón gris	<i>Grampus griseus</i>	De interés especial
Delfín listado	<i>Stenella coeruleoalba</i>	De interés especial
Nombre Común	Especie	Categoría
Tortuga laúd	<i>Dermochelys coriacea</i>	De interés especial
Tortuga verde	<i>Chelonia mydas</i>	De interés especial
Tortuga boba	<i>Caretta caretta</i>	De interés especial
Tortuga carey	<i>Eretmochelys imbricata</i>	De interés especial



CATEGORÍAS DE AMENAZA	OBLIGA A
En Peligro de extinción	Plan de Recuperación
Sensible a la alteración del hábitat	Plan de Conservación del hábitat
Vulnerables	Plan de Conservación
De Interés Especial	Plan de Manejo

Datos a octubre 2009

Fuente: Ministerio de Medioambiente y Medio Rural y Marino del Gobierno de España

Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y fauna Silvestres (derogada por Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad).

Real Decreto 439/1990, de 30 de marzo, regulador del Catálogo Nacional de Especies Amenazadas

## CATALOGO DE ESPECIES AMENAZADAS DE CANARIAS

Nombre Común	Especie	Categoría actual	Categoría Propuesta*
Ballena franca **	<i>Eubalaena Glacialis</i>	En peligro de extinción	-
Rorcual común **	<i>Balaenoptera physalus</i>	En peligro de extinción	-
Rorcual azul **	<i>Balaenoptera musculus</i>	En peligro de extinción	-
Rorcual norteño **	<i>Balaenoptera borealis</i>	En peligro de extinción	-
Calderón tropical **	<i>Globicephala macrorhynchus</i>	Vulnerable	De interés para los ecosistemas canarios
Cachalote	<i>Physeter macrocephalus</i>	Vulnerable	Vulnerable
Rorcual aliblanco	<i>Balaenoptera acutorostrata</i>	Vulnerable	-
Delfín mular **	<i>Tursiops truncatus</i>	Vulnerable	Vulnerable
Calderón gris	<i>Grampus griseus</i>	Vulnerable	De interés para los ecosistemas canarios
Delfín común (Atlántico)	<i>Delphinus delphis</i>	De interés especial	-
Calderón común	<i>Globicephala melas</i>	De interés especial	-
Cachalote pigmeo	<i>Kogia breviceps</i>	De interés especial	-
Yubarta	<i>Megaptera novaeangliae</i>	De interés especial	-
Orca	<i>Orcinus orca</i>	De interés especial	-
Delfín listado	<i>Stenella coeruleoalba</i>	De interés especial	-
Delfín de dientes rugosos	<i>Steno bredanensis</i>	-	De interés para los ecosistemas canarios
Zifio de Blainville	<i>Mesoplodon densirostris</i>	-	De interés para los ecosistemas canarios
Zifio de Gervais	<i>Mesoplodon europaeus</i>	-	De interés para los ecosistemas canarios
Zifio de Cuvier	<i>Ziphius Cavirostris</i>	-	De interés para los ecosistemas canarios
Nombre Común	Especie	Categoría	Categoría Propuesta
Tortuga laúd	<i>Dermochelys coriacea</i>	En peligro de extinción	-
Tortuga verde	<i>Chelonia mydas</i>	En peligro de extinción	De interés para los ecosistemas canarios
Tortuga boba	<i>Caretta caretta</i>	En peligro de extinción	De interés para los ecosistemas canarios

Tortuga carey	<i>Eretmochelys imbricata</i>	En peligro de extinción	-
Tortuga lora del Atlántico	<i>Lepidochelis kempii</i>	En peligro de extinción	-

Fuentes:

Gobierno de Canarias. Decreto 151/2001, de 23 de julio, por el que se crea el Catálogo de Especies Amenazadas de Canarias. Boletín Oficial de Canarias núm. 97, miércoles 1 de agosto de 2001.

Parlamento de Canarias. Ley del Catálogo Canario de Especies Protegidas. Boletín Oficial de Canarias (182): 1-15.

\* Esta proposición remite a los Planes de Gestión elaborados para zonas de la red de ENP y Natura 2000 o, en su defecto, a lo dispuesto en el art. 54.1 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, como marco jurídico de la nueva categoría introducida “*De interés para los ecosistemas canarios*”

\*\* Con protección especial (conlleva evaluación periódica de su estado de conservación) en caso de disminución de protección en el CNEA.

### ANEXO III EMPRESAS Y EMBARCACIONES RELACIONADAS CON LA OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS EN CANARIAS

#### EMPRESAS AUTORIZADAS PARA LA OFERTA DE TAC EN CANARIAS

ÁREA DE ACTIVIDAD	EMPRESA OPERADORA	EMBARCACIÓN	CAPACIDAD DE PASAJE
Tazacorte (LP)	Charter María S.L.	"Fancy II"	53
Valle Gran Rey (G)	Excursiones Tina S.L.	"Tina III"	100
Valle Gran Rey (G)	Océano Gomera S.L.	"Triana"	12
Valle Gran Rey (G)	Océano Gomera S.L.	"Ascensión Del Señor"	12
Los Cristianos (TF)	Jaime R. Vergara Delgado	"Travellin Lady"	46
Los Cristianos (TF)	Marenostrom Resort	"Lady Shelley"	231
Los Cristianos (TF)	Nautisport S.L.	"Jolly Roger"	84
Los Cristianos (TF)	Naviera Mar De Ons S.L.	"Bahriyeli"	140
Los Cristianos (TF)	Otirb S.L.	"Le Monte Carlo"	185
Los Gigantes (TF)	Agua Azul Tenerife S.L.	"Flipper Uno"	90
Los Gigantes (TF)	Agua Azul Tenerife S.L.	"Free Willy"	19
Los Gigantes (TF)	Agua Azul Tenerife S.L.	"Marina Princess II"	38
Los Gigantes (TF)	C.B. Excursiones Los Gigantes	"Son Calió"	53
Los Gigantes (TF)	Heiko Emer Kuschnik	"Katrin"	34
Los Gigantes (TF)	Juan Carlos Martín Jiménez	"Ocean Warrior"	12

Los Gigantes (TF)	Juan Carlos Martín Jiménez	"Sky Warrior"	12
Los Gigantes (TF)	Pedro C .Martin Jiménez	"Gladiator U"	38
Los Gigantes (TF)	Pedro C. Martin Jiménez	"Nashira I"	50
Los Gigantes (TF)	Nabilaura S.L.	"Marhaba"	12
Los Gigantes (TF)	Alexander I Cruises S.L.	"Alexander I"	12
Puerto Colón (TF)	Eden Charter Tenerife S.L.	"Eden Eden"	50
Puerto Colón (TF)	Puerto Costa S.L.	"Maxi Cat"	130
Puerto Colón (TF)	Funcat Primero S.L.	"Freebird One"	184
Puerto Colón (TF)	José A. Hernández Hernández	"Bonadea II"	24
Puerto Colón (TF)	Neptuno Sea Company S.L.	"Shogun II"	150
Puerto Colón (TF)	Neptuno Sea Company S.L.	"Peter Pan"	54
Puerto Colón (TF)	Nostramo S.L.	"Royal Delfín"	218
Puerto Colón (TF)	Whale Adventure S.L.	"Xixarron"	25
Candelaria (TF)	José Manuel Chinaea García	"Bello Horizonte"	12
Puerto Rico (GC)	Canarias Yachts S.L.	"Dolphin's Cat"	60
Puerto Rico (GC)	Dolphins & Whales	"Spirit Of The Sea"	124
Puerto Rico (GC)	Exc. Marítimas Sol y Mar S.L.	"Magic Vision"	153
Puerto Rico (GC)	Fernando Manero	"Birloke"	94

Puerto Rico (GC)	Laureano Romero Rodríguez	"Salmon VI"	104
Puerto Rico (GC)	Multiacuatic S.L.	"Multiacuatic"	93
Puerto Rico (GC)	Excursiones Supercat S.L.	"Supercat"	250

Total: 36 embarcaciones (últimas autorizaciones, datos a enero de 2010); s.d.: sin datos

#### OTRAS EMBARCACIONES DE RECREO ACTIVAS EN ÁREAS DE AVISTAMIENTO

ÁREA DE ACTIVIDAD	EMPRESA OPERADORA	EMBARCACIÓN	CAPACIDAD DE PASAJE
Tazacorte (LP)	Bussard Excursiones S.L.*	"Bussard"	12
Valle Gran Rey (LG)	Axel Frenzel	"Papagei"	12
Puerto Colón (TF)	Neptuno Sea Company	"Neptuno"	22
Puerto Colón (TF)	S.D*	"One 4 You"	S.D.
Puerto Colón (TF)	S.D*	"Kosamui"	10
Puerto Colón (TF)	Charter Sailing Rainbow Canarias S.L.*	"Lina Yacht"	11
Puerto Colón (TF)	S.D*	"Sea Quest FF"	10
Puerto Colón (TF)	Tenerife Water Sports*	"Abrazo"	12
Puerto Colón (TF)	S.D*	"Papafito"	S.D.
Puerto Colón (TF)	S.D*	"Popeye"	S.D.
Puerto Colón (TF)	S.D*	"Sky Line"	S.D.

Puerto Colón (TF)	Tenerife Water Sports*	Poker	12
Puerto Colón (TF)	Poker Chip Charter S.L.*	Poker Chip	11
Puerto Colón (TF)	Poker Chip Charter S.L.*	Medline III	S.D.
Puerto Colón (TF)	Shackleton Sail*	“Black Jack”	12
Los Gigantes (TF)	Heiko E. Kuschnick	“Dolphin Explorer”	12
Los Gigantes (TF)	S.D.*	“Marta”	S.D.
Las Palmas (GC)	Bahía Cat S.L.	“Cabo De Creus”	S.D.
Puerto Rico (GC)	Bahía Cat S.L.*	“Delfín Playa”	50
Pasito Blanco (GC)	Bahía Cat S.L.	“Blue Spirit”	30
Pasito Blanco (GC)	Bahía Cat S.L.	“Bahía Cat”	114
Pasito Blanco (GC)	S.D.*	“Sea Observer”	12
Mogán (GC)	S.D.*	“Alcor IV”	S.D.
Mogán (GC)	S.D.*	“Maida”	10
Mogán, Gran (GC)	Sailingtrips.dk	“Mermaid”	Trip.de pago
Puerto Rico (GC)	S.D.*	“Sagittarius Star”	30 (est.)
Puerto Rico (GC)	(misma empresa)*	“Liberty”	30 (est.)
Puerto Rico (GC)	Bouche En Coeur S.L.	“Bouche En Coeur”	18
Puerto Rico (GC)	Afriyacht S.L.	“Afrikat”	37

Puerto Rico (GC)	Canarias Yachts S.L.	"Aquatic Vision"	40
Puerto Rico (GC)	Cruceros Timanfaya	"Timanfaya"	150
Puerto Rico (GC)	Tauro Cruises S.L.*	"Tauro Cruiser" *	14
Puerto Rico (GC)	Excursiones Marítimas Sol Y Mar S.L.*	"Magic II" *	12
Puerto Rico (GC)	Excursiones Marítimas Sol Y Mar S.L.*	"Aphrodite"	45
Morro Jable (FUE)	Excursiones Marítimas Sol Y Mar S.L.*	"Paradise" *	45
Morro Jable (FUE)	Excursiones Marítimas Sol Y Mar S.L.*	"Magic" *	S.D
Morro Jable (FUE)	S.D	"Pedra Sartaña"	S.D
Corralejo (FUE)	Carbasant S.L.	"Celia Cruz"	145
Corralejo (FUE)	Excursiones Marítimas Grupo Lobos	"El Majorero"	150
Corralejo (FUE)	Excursiones Marítimas Grupo Lobos	"Isla De Lobos"	130
Corralejo (FUE)	Aquatickets Lanzarote S.L.	"Princesa Yaiza"	150
Playa Blanca (LAN)	S.D	"Cesar II"	150
Playa Blanca (LAN)	Marina Rubicon	"Rubicat"	90
Playa Blanca (LAN)	Bolina Sail Co.	Bolina	S.D.
Puerto Calero (LAN)	Cat Lanza S.L.	"Cat Lanza"	S.D
Puerto Calero (LAN)	Karoline Cruceros S.L.	"Sweet Caroline"	145
P. del Carmen (LAN)	Aquatickets Lanzarote S.L.	"Ana Segundo"	10



P. del Carmen (LAN)	Aquatickets Lanzarote S.L.	“Princesa Ico”	250
La Graciosa (LAN)	Biosfera Express S.L	“Ocean Cat”	S.D
La Graciosa (LAN)	Líneas Romero S.A.	Speedy River (A)	12
La Graciosa (LAN)	Líneas Romero S.A.	Speedy River (B)	12

Total: 51 embarcaciones (datos a mayo 2010). No se consideran embarcaciones submarinas, motos de agua o similares; S.D.: sin datos; est.: estimado.

\* Con oferta TAC (fuente de información: internet, comunicación personal, observación directa)

#### OPERADORAS DE TAC (MACARONESIA Y ARCO NOROCCIDENTAL AFRICANO)

ÁREA DE OPERACIÓN	EMPRESAS OPERADORAS	EMBARCACIONES	TEMPORADA	MERCADO EMISOR
Canaria	30	35	Todo el año	Alemán, Inglés, resto Europa
Madeira	8	12	Todo el año	Inglés, Alemán
Azores	23	44	Abril - Octubre	Inglés, Francés, Alemán, Portugués
Algarve	5	11	Todo el año	s.d.
Tarifa - Gibraltar	5 <sup>64</sup>	13	Abril - Octubre	Español
Marruecos	1	1	--	--
Mauritania	--	--	--	--

<sup>64</sup> IFAW, 2009

Cabo Verde	--	--	--	--
Senegal	--	--	--	--
Gambia	4 <sup>64</sup>	s.d.	s.d.	s.d.

s.d.: sin datos

#### EMBARCACIONES DE TRANSPORTE DE PASAJE ACTIVAS EN ISLAS CANARIAS

ÁREA DE OPERACIÓN	EMPRESA	EMBARCACIÓN	CARGA TRANSPORTE
Canarias, Madeira	NAVIERA ARMAS	<i>varias</i>	P - V
Canarias	FRED OLSEN S.A.	<i>varias</i>	P - V
VGR - PS - SS, La Gomera	FRED OLSEN S.A.	BENCHI EXPRESS	P (327)
Mogán, Gran Canaria	LÍNEAS BLUE BIRD S.L.	BLUEBIRD CAT	P (250)
Mogán, Gran Canaria	LÍNEAS BLUE BIRD S.L.	AQUARIUS JET	P (250)
Mogán, Gran Canaria	LÍNEAS BLUE BIRD S.L.	SAFARI III	P (124)
Mogán, Gran Canaria	LÍNEAS BLUE BIRD S.L.	CAPITAN NEMO	P (150)
La Graciosa, Lanzarote	LÍNEAS ROMERO S.A.	GRACIOSERO UNO	P (250)
La Graciosa, Lanzarote	LÍNEAS ROMERO S.A.	EL GRACIOSERO	P (250)
La Graciosa, Lanzarote	BIOSFERA EXPRESS S.L	BADIA DE SOLLER	P (250)

P: Pasaje; V: Vehículos; (capacidad de pasaje) s.d.: sin datos

## ANEXO IV PUERTOS DE CANARIAS CON GESTIÓN AUTONÓMICA

ISLA	PUERTO	CATEGORÍA
La Palma	Puerto Espínola	Refugios y Diques de Abrigo
	Tazacorte	Dársenas Deportivas en Concesión Administrativa
	Tazacorte	Puertos e Instalaciones de Interés General
La Gomera	Vueltas	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Playa Santiago	Puertos e Instalaciones de Interés General
El Hierro	La Restinga	Puertos e Instalaciones de Interés General
Tenerife	Puertito de Güimar	Refugios y Diques de Abrigo
	Porís de Abona	Refugios y Diques de Abrigo
	Tajao	Refugios y Diques de Abrigo
	El Médano	Refugios y Diques de Abrigo
	Los Abrigos	Refugios y Diques de Abrigo
	San Marcos	Refugios y Diques de Abrigo
Tenerife	Radazul	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	La Galera	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	C.N. Güimar	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Candelaria	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Marina San Miguel	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Marina del Sur	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Puerto Colón	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa

	Los Gigantes	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
Tenerife	Puerto de la Cruz	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Garachico	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Playa San Juan	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Fonsalía	Puertos e Instalaciones de Interés General
Gran Canaria	San Cristóbal	Refugios y Diques de Abrigo
	Dique de Arinaga	Refugios y Diques de Abrigo
	Castillo del Romeral	Refugios y Diques de Abrigo
	Mogán	Refugios y Diques de Abrigo
	La Aldea	Refugios y Diques de Abrigo
	Sardina del Norte	Refugios y Diques de Abrigo
Gran Canaria	Taliarte	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Santa Águeda	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Pasito Blanco	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Puerto Rico	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Mogán	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
Gran Canaria	Las Nieves	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Arguineguín	Puertos e Instalaciones de Interés General
Fuerteventura	El Cotillo	Refugios y Diques de Abrigo
Fuerteventura	Puerto Castillo	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
Fuerteventura	Corralejo	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Gran Tarajal	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Morro Jable	Puertos e Instalaciones de Interés General
Lanzarote	Playa del Cable	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
	Puerto Calero	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones

		Administrativa
	Marina Rubicón	Puertos Deportivos e Instalaciones en Concesiones Administrativa
Lanzarote	Caleta de Sebo	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Órzola	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Puerto del Carmen	Puertos e Instalaciones de Interés General
	Playa Blanca	Puertos e Instalaciones de Interés General

49 instalaciones (31 en gestión directa y 18 en gestión indirecta.) Fuente: Gobierno de Canarias.

## ANEXO V EL SECTOR DE PESCA ARTESANAL EN CANARIAS

ENTIDADES PESQUERAS DE CANARIAS		A R M A D O R E S	B A R C O S	M A R I N E R O S
COFRADÍA DE PESCADORES	LOCALIZACIÓN			
"Nª Sª del Carmen"	Tazacorte, La Palma	27	27	27
"Nª Sª del Carmen"	Valle Gran Rey, La Gomera	17	13	19
"Nª Sª de Guadalupe"	P. de Santiago - Alajeró, La Gomera	6	13	8
"Nª Sª de los Reyes"	La Restinga, El Hierro	42	9	46
Sociedad Cooperativa del mar "Pescarestinga"	La Restinga, El Hierro	--	--	--
"S. Roque e Isla Baja"	Garachico, Tenerife	s.d.	s.d.	s.d.
"Nª Sª de La Luz"	Alcalá, Guía de Isora, Tenerife	29	15	26
"Nª Sª de Las Mercedes"	Los Cristianos – Arona, Tenerife	44	63	45
"S. Miguel de Tajao"	Tajao – Arico, Tenerife	17	5	17
"Nª Sª de La Candelaria"	Candelaria, Tenerife	22	9	22
"San Andrés"	San Andrés – Santa Cruz, Tenerife	46	42	46
"Nª Sª de La Consolación"	Punta del Hidalgo– La Laguna, Tenerife	8	14	8
"El Pris-Nª Sª del Carmen"	El Pris- Tacoronte, Tenerife	13	3	17
"Gran Poder de Dios"	Puerto de la Cruz, Tenerife	27	17	29
"San Marcos"	Icod de los Vinos, Tenerife	22	25	22
"Pescaldea"	S. Nicolás de Tolentino, G. Canaria	s.d.	s.d.	s.d.
"Playa de Mogán"	Pl. Mogán, G. Canaria	24	34	24
"Arguineguín"	Mogán, G. Canaria	59	167	57
"Castillo del Romeral"	S. Bartolomé de Tirajana, G. Canaria	18	25	14
"Agaete"	Agaete, G. Canaria	23	34	23

Sociedad Cooperativa Limitada Pescatobal	Telde, Gran Canaria	--	--	--
Playa de Melenara. Coop. Pescadores S.L.	Melenara, Gran Canaria	--	--	--
“La Graciosa”	Caleta del Sebo – La Graciosa , Lanzarote	61	64	58
“S. Ginés”	Arrecife, Lanzarote	57	252	70
“La Tiñosa”	Tías , Lanzarote	s.d.	s.d.	s.d.
“Playa Blanca”	Playa Blanca – Yaiza, Lanzarote	11	33	14
“Corralejo”	(Corralejo - La Oliva, Fuerteventura)	37	9	38
“Gran Tarajal”	Gran Tarajal – Tuineje (Fuerteventura)	46	13	46
“Morro Jable”	Pájara, Fuerteventura	13	8	13
Federación Provincial de Cofradías	Los Cristianos – Arona, Tenerife	--	--	--
Federación Provincial de Cofradías	Arguineguín – Mogán, Gran Canaria	--	--	--

Fuente: Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias; s.d.: sin datos





## LOCALIZACIÓN COFRADÍAS DE PESCA (Fuente: Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias)

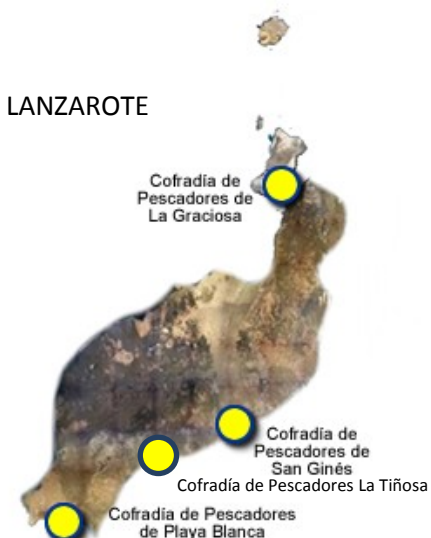
### LA PALMA



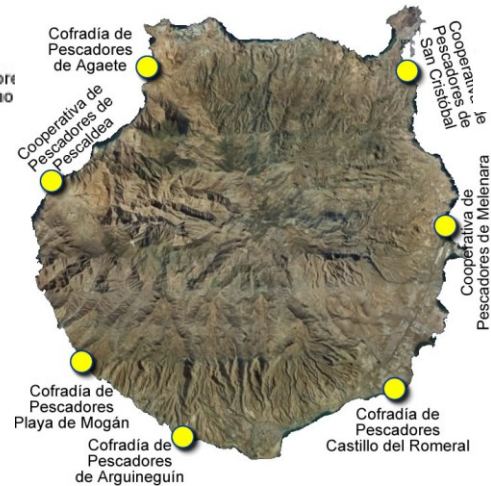
### TENERIFE



### LANZAROTE



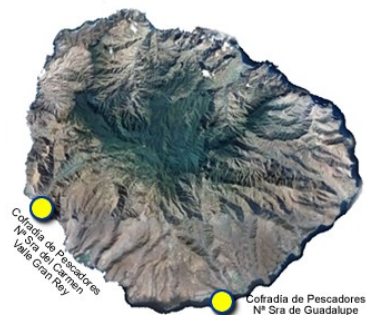
### GRAN CANARIA



### EL HIERRO



### LA GOMERA



### FUERTEVENTURA



## ANEXO VI SECTORES PARTICIPANTES DEL CLÚSTER TAC

### CENTROS DE BUCEO AUTORIZADOS EN CANARIAS

ÁREA DE ACTIVIDAD	CENTRO DE BUCEO	DIRECTOR TÉCNICO
Gran Canaria		
Taurito – Mogán	Blue Explorers	David Clivet
Playa del Inglés - San Bartolomé de Tirajana	Diving Center Sun-Sub	Torsten Legge
Puerto de Mogán	Atlantik Diving	Daniel Rodríguez
Taurito – Mogán	Delphinus	Marek Jacer Piskonski
Pozo Izquierdo – Sta. Lucía de Tirajana	Pozo Scuba	Domingo Castro
Playa de Arinaga – Agüimes	Davy Jones Diving Canaria	Brian Richard
Tauro – Mogán	Top Diving	Diederik Tulkens
Tauro – Mogán	Scubasur Dive Center	Diederik Tulkens
Las Palmas	7 Mares Las Canteras	Alejandro Lemos
Las Palmas	Lavy sub	Lorenzo Hernández
Sardina del Norte - Gáldar	Buceo Norte	Vicente Pérez
Arguineguín – Mogán	Club Amigos del Atlántico	David Gration
Taurito – Mogán	Canary Diving School	Jerry O'Connor
Maspalomas- S. Bartolomé de Tirajana	Calypso Dive Center	Ralph Meter Huls
Vecindario- Santa Lucía de Tirajana	Buceo Sur	Jorge Betancor

Las Palmas	Blue Explorers Las Palmas	Antonio L. Martell Ortega
Las Palmas	Agüita	Sergio Medina Padilla
Las Palmas	Mirafondos	Acisclo Concepción
Lanzarote		
Tinajo	La Santa Diving	Johnny Spure
Playa Blanca – Yaiza	Dive College Lanzarote	Tim Spittle
Playa Blanca – Yaiza	Cala Blanca	Vicente Escrivá
Playa Blanca – Yaiza	Marina Rubicón	Christian Joseph Massaad
Costa Teguisse	Costa Teguisse-Lanzarote	Joachim Krotz
Puerto del Carmen - Tías	Bahianus Club Lanzarote	Michaela Theresa
Puerto del Carmen - Tías	Safari Diving	Stephen James Hicks
Puerto del Carmen - Tías	Timanfaya Sub	Jorge Ceballos
Costa Teguisse	Calypso Diving Lanzarote	Peter Barry
San Bartolomé	Diveyourway	Birgit Krimhild
Puerto del Carmen - Tías	Lanzarote Ocean´s Divers	Hernando Soto Buigues
Puerto del Carmen - Tías	Manta Dive Center	James Damer
La Graciosa	Archipiélago Chinijo	Elías Cruz Méndez
Playa Blanca - Yaiza	Big Blue Sea	Peter Jacobs
Puerto del Carmen - Tías	R.C. Diving Lanzarote	Stefan Schmidt
Puerto del Carmen - Tías	Techno Diving Lanzarote	Rafael Sosa Brito
Puerto del Carmen – Tías	The Dive Shop	Simon Carl Butler

Puerto del Carmen – Tías	Aquasport Lanzarote	Mick John Nicholas
Puerto del Carmen – Tías	Speedy's Diving Center	Stephan Franz Josef Reiners
<b>Fuerteventura</b>		
Corralejo – La Oliva	Punta Amanay	Kristof Callewaert
Corralejo – La Oliva	Dive Center Corralejo	Miguel Abellá
Caleta de Fuste – Antigua	Deep Blue	Miguel González
Costa Calma – Pájara	Fuerte Divers	Simona Tietze
Costa Calma – Pájara	Acuarios Jandía	Bernd Lehmann
<b>Tenerife</b>		
Playa de las Américas – Arona	Aquamarina Dive Centre	Paul Sturgess
Las Galletas – Arona	Dive Tenerife	Peter Joseph Grant
Las Galletas – Arona	Ocean Diving Tenerife	Philippe Balan
Las Galletas – Arona	Scubayaci	Yacine Nedjaa
Costa del Silencio – Arona	Tenerife Dive	David John Taylor
Puerto Colón – Adeje	Scuba Travel Sub	J. Carlos García
Los Gigantes – Santiago del Teide	Ocean Blue Divers	Riaan Van Schalknyk
Adeje	Blue Bottom Diving	Federico Palomo
El Médano – Granadilla	El Médano Dive Centre	George Foster
Arico	Easy Blue World	Xavier Philippe Fehrebach
Las Galletas – Arona	Diving Coral Sub	Claude Brabant

La Palma

Breña Baja

Buceo Sub La Palma

Jürgen Edgar Langenberger

La Gomera

Valle Gran Rey

Gomera Travel &amp; Dive

Thomas Rainer Michel

Fuente: Viceconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias

Datos a fecha de abril 2010

## OTRAS ASOCIACIONES Y EMPRESAS TURÍSTICAS DE INTERÉS

LOCALIZACIÓN	ASOCIACIÓN - EMPRESA	ACTIVIDAD - OFERTA
El Hierro	LA RESTINGA DIVING CLUB	Senderismo y kayaking
	HIERROAVENTURA	Senderismo, kayaking, paseos en barco
La Palma	NATOURTREKKING	Senderismo
	ASTROTOUR	Observación estelar
	ASTROPALMA	Observación estelar
	BIKE STATION	Alquiler bicicletas - Puerto Naos
	EKALIS	Senderismo y piragüismo
La Gomera	EKALIS	Senderismo y piragüismo
	EL REMO S.L.	Kayaking

	VIVOTREK	Senderismo
	TIMAH TRAVEL	Senderismo
	ÖKOTOURS	Senderismo
	BIKE STATION	Tours y alquiler de bicicletas
	BIKERS INN	Alquiler bicicletas
	RESIDENCIAL EL LLANO	Alojamiento
	HOTEL GRAN REY	Alojamiento
	OCEAN LA GOMERA	Rutas costeras, fotografía interpretación
	OBJETIVO GOMERO	Fotografía (Bruno Dittrich)
Tenerife	BIRDING CANARIAS	Birdwatching. Seawatching.
	TEIDE ASTRO	Rutas guiadas (P. N. de Las Cañadas, observación de cetáceos, estrellas)
	PATEA TUS MONTES	Senderismo y otro turismo activo
	EL CARDÓN	Educación Ambiental, kayaking
	CANAVENTURA	Senderismo - Candelaria
	CAMINANTES DE AGUERE	Senderismo - La Laguna
	SENDERISLA	Senderismo - La Laguna
	SURCAMAR	Kayaking – San Andrés
	ALADERIVA	Kayaking – San Andrés

	ARGONAUTAS	Kayaking – El Médano
	DIGA SPORTS	Senderismo y Kayaking - Los Gigantes
	TENOACTIVO	Senderismo y Kayaking - Isla Baja
	TENERIFE ADVENTURE	Senderismo
	SERGIO HANCQUET	Video y fotografía
	LUCES DEL OCÉANO	Video y fotografía
	OCEANBITS	Video y fotografía
Gran Canaria	CANARIAS EXTREME KAYAKS	Kayaking - Maspalomas
	CANARIAVENTURA	Kayaking, Incentivos, Eventos
	LIMONIUM	Kayaking, senderismo
	GERENCIA CULTURA AYTO.	Senderismo - Santa Lucía
	MOJO PICÓN	Senderismo
	AQUAWORKS	Video y fotografía submarina
Lanzarote	ALLCARAVAN	Kayaking - Costa Teguisse
	CALIMA	Senderismo - Teguisse
	AJACHES AVENTURA	Senderismo - Yaiza
	ADVENTURE LANZAROTE	Senderismo - Costa Teguisse
	CANARY TREKKING	Trekking en Costa Teguisse

Fuerteventura	PUJAMEN	Kayaking – La Oliva
	ACTINIAS	Actividades culturales y deportivas grupales
La Gomera	ATR ISLA BONITA	Asociación de Turismo Rural
La Palma	ATTUR	Asociación de Turismo Rural
Tenerife	GRAN TURAL	Asociación de Turismo Rural
Gran Canaria	ISLA MÍTICA	Asociación de Turismo Rural
Lanzarote	FUERTEVENTURA RURAL	Asociación de Turismo Rural
Fuerteventura	ACANTUR	Asociación de Turismo Rural
Canarias	ECOTURAL	Asociación de Turismo Rural
Internet	MASQUEUNVIAJE.COM	Red social de viajes Gran Canaria
Internet	ECOTUR	Portal Ecoturismo
Internet	ECOVOLUNTEER	Intermediación para proyectos de voluntariado
Internet	TURISMO RESPNSABLE	Portal Turismo Responsable
Canarias	ECO - TOURS	Agencia de viajes especializada
La Gomera	TEMOCODA	Agencia de viajes especializada
Gran Canaria	OLIMPIA 2000	Agencia de viajes especializada



## MUSEOS, ORGANIZACIONES ACADÉMICAS, EDUCATIVAS Y DE INVESTIGACIÓN

ORGANIZACIÓN	LOCALIZACIÓN	FUNCIÓN
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA	Tenerife	Investigación, Formación académica
UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIAS	Gran Canaria	Investigación, Formación académica
UNED	Tenerife, Gomera	Formación académica
AULA DE CULTURA "AMAZIGH"	Tenerife	Educación y divulgación
ASOCIACIÓN CANARIA PARA LA ENSEÑANZA DE LAS CIENCIAS VIERA Y CLAVIJO	Tenerife	Educación y divulgación
AULA DE LA NATURALEZA "FUENTE MORALES"	Gran Canaria	Programa Educativo "Aula del Mar"
AULA DE NATURALEZA "JAIME O'SHANAHAN"	Gran Canaria	Educación y divulgación medioambiental
RED AUTONÓMICA DE AULAS EN LA NATURALEZA	Canarias	Centro Interpretación, Educación Ambiental
MUSEO DE CETÁCEOS	Lanzarote	Museo, Divulgación cetáceos
SECAC	Lanzarote	Investigación de cetáceos, divulgación, museografía
CANARIAS CONSERVACIÓN	Tenerife	Investigación de cetáceos y divulgación
BALFIN	Tenerife	Programa Educativo "Ballenas a la Vista"
MEER	La Gomera	Investigación cetáceos
AVAFES	Gran Canaria	Conservación y Divulgación
WWF	Lanzarote	Conservación Biodiversidad
OCEANA	España	Conservación Medio Marino
MUSEO DE DE LA NATURALEZA Y EL HOMBRE	Tenerife	Divulgación
MUSEO DE LA CIENCIA Y EL COSMOS	Tenerife	Divulgación Astronomía

MUSEO DE LA SAL	Fuerteventura	Divulgación
MUSEO DEL PESCADOR	Santiago del Teide - Tenerife	Centro Cultural
MUSEO DE PESCA TRADICIONAL	El Cotillo Fuerteventura	Museo
CENTRO DE INTERPRETACIÓN RESERVA MARINA	Faro Fuencaliente La Palma	Centro Interpretación
CENTRO DE VISITANTES RESERVA MARINA	La Graciosa Lanzarote	Centro Interpretación
CENTRO DE VISITANTES RESERVA MARINA	La Restinga El Hierro	Centro Interpretación
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	Islote de Lobos Fuerteventura	Centro Interpretación
CENTRO DE INTERPRETACIÓN DE LA SAL	Pozo Izquierdo	Centro Interpretación
KETOS	Tenerife	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
BUENA PROA	Lanzarote	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
SOCIEDAD ESPAÑOLA DE CETACEOS	España	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
ALNITAK	Murcia	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
CIRCE	Tarifa	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
FIRMM	Tarifa, Tánger	Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
TURMARES	Tarifa	TAC, Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación

WHALEWATCH ESPAÑA	Tarifa	TAC, Conservación, investigación de cetáceos. Divulgación
BEN MAGEC ECOLOGISTAS EN ACCION	Tenerife	Conservación medioambiental, divulgación
REDECOS	Canarias	Red de Iniciativas Educativas de Sostenibilidad
OBSERVATORIO DE IZAÑA	Tenerife	Observación estelar (a través de instituciones académicas o astronómicas)
OBSERVATORIO ROQUE DE LOS MUCHACHOS	La Palma	Observación estelar (a través de instituciones académicas o astronómicas)

#### EVENTOS CULTURALES DE INTERÉS

EVENTO	ÉPOCA	ISLA	TIPO
FESTIVAL AGUAVIVA	Agosto	Tenerife	Música, ocio
FOTOSUB	Julio	Tenerife	Fotografía
ENCUENTROS EN EL MAR	Octubre	El Hierro	Música, ocio
OPEN FOTOSUB	Octubre	El Hierro	Fotografía
FOTONATURA	Mayo	La Palma	Fotografía
SEMANA MUNDO SUBMARINO	Mayo	Gran Canaria	Fotografía
FOTOSUB COSTA MOGÁN	Septiembre	Gran Canaria	Fotografía
MAR CANARIO	Septiembre	Gran Canaria	Fotografía

FIRMARSUB – ISLOTE LOBOS	Octubre	Fuerteventura	Fotografía
ART PHOTO SUB		Fuerteventura	Fotografía

### FINCAS ECOLÓGICAS, ALOJAMIENTOS RURALES Y ASOCIACIONES DE INTERÉS

ISLA	LOCALIZACIÓN	NOMBRE	TIPO
La Palma	Tijarafe	La Jelica	Granja Ecológica
		Aurora	Granja Ecológica
		Pachamama	Granja Ecológica
	Los Llanos	Amberes	Hotel Rural
		Tierra y Fuego	Alojamiento rural
La Gomera	Valle Gran Rey	Gran Rey	Hotel
		El Guro	Alojamiento rural
	Vallehermoso	Tamahuche	Hotel Rural
EL Hierro	La Frontera	El Sitio	Hotel Rural
Tenerife	Buenavista	El Limón	Finca Ecológica
		Tegueste	Finca Ecológica
		Finca Alternativa	Centro Integral de Vida Natural
	Guía de Isora	Canarias Forestal	Finca Ecológica
	Güimar	El Manantial De Tara	Granja Ecológica
		La Canarita	Granja Ecológica
		Elisabeth	Granja Ecológica
	El Rosario	Agro Rosa	Finca Ecológica
	Arafo	El Carretón	Espacio Agro-ecológico
	S. Miguel de Abona	Bio-Bueype	Granja Ecológica
	Buenavista	Taco	Finca Ecológica
Arona	La Casa del Pintor	Alojamiento Rural	

	Garachico	La Quinta Roja	Hotel Rural
	Garachico	El Patio	Hotel Rural
	Los Realejos	Finca Saroga	Casa Rural
		Finca Salamanca	Hotel Rural
	Punta del Hidalgo	Costa Salada	Hotel Rural
	Bajamar	Océano	Hotel-SPA
		La Correa	Eco-Hotel
Gran Canaria		Finca Luna	Finca Ecológica
	Tías	Tres Peñas	Finca Ecológica
	Tinajo	Finca Tisalaya	Finca Ecológica
		Las Calas	Hotel Rural
Fuerteventura	P. del Rosario	La Biosfera	Mercado Agrícola Ecológico
	Triquivijate	Atalaya de la Rosa	Casa Turismo Rural
	El Cotillo	El Taro	Casa Turismo Rural
	Fuerteventura	Era de la Corte	Hotel Rural
Lanzarote	Playa Blanca	Casa del Embajador	Hotel Rural
	Tiscamanita	La Gayría	Alojamiento Rural
	Lanzarote	La Tanganilla	Asociación de Agricultura Ecológica
	Lanzarote	Milana	Asociación de Desarrollo Rural
I. Canarias		7colmenas	Cooperativa Agroecológica Regional
		Canarias Rural	Federación Agencias Desarrollo Rural
		CRAE	Consejo Regulador de Agricultura Ecológica

ZONAS NATURALES, NÚCLEOS URBANOS, CONSTRUCCIONES Y OTROS RECURSOS COSTEROS DE INTERÉS

ISLA	RECURSO	SINGULARIDAD
La Palma	Cueva Bonita	Paraje natural
	Costa de Hiscaguán	Paraje natural
	Barranco del Jurado	Paraje natural. Baño. Paisaje
	Barranco de Las Angustias	Paraje natural. Baño. Paisaje
	Paisaje del Remo	Paraje natural. Baño. Paisaje
	Piscinas de La Fajana	Piscinas naturales
	Salinas de Fuencaliente	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Puerto de Tazacorte	Núcleo marinero
	Puerto Naos – La Bombilla	Núcleo marinero
	Faro de Fuencaliente	Construcción de interés
	Faro de Punta Lava	Construcción de interés
	Faro de Punta Cumplida - Barlovento	Construcción de interés
La Gomera	Los Órganos	Monumento Natural
	Acantilados de Alajeró	Paisaje natural
	Charco del Conde - Valle Gran Rey	Paraje natural.
	Charco del Cieno - Valle Gran Rey	Paraje natural.
	Costa de Hermigua	Playa. Piscina natural.
	Castillo del Mar - Vallehermoso	Centro Cultural. Paisaje.
	Puerto de Vueltas - Valle Gran Rey	Núcleo marinero
	Faro de San Cristóbal – San Sebastián	Construcción de interés
El Hierro	Roque de La Bonanza	Monumento natural.
	Mirador de Bascos	Paisaje

	La Maceta	Piscinas naturales
	Charco de los Sargos	Piscinas naturales
	Pozo de la Salud	Balneario natural
	Puerto - Refugio La Restinga	Núcleo marinero
	Faro de Orchilla	Construcción de interés
	Salinas de Timijiraque	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas La Punta	Paraje natural y etnográfico, avifauna
<b>Tenerife</b>	Faro de Punta de Teno	Construcción de interés
	Faro de Punta Rasca	Construcción de interés
	Faro de Punta de Abona	Construcción de interés
	Acantilados de Los Gigantes	Paraje natural. Paisaje
	Bahía de Masca	Paraje natural. Baño. Paisaje
	Ruta de los Castillos	Itinerario turístico
	Costa de Acentejo	Biodiversidad. Paisaje costero
	El Guindaste	Piscinas naturales
	S. Miguel de Tajao	Villa marinera
	Puerto de Los Cristianos	Núcleo marinero
<b>Gran Canaria</b>	Agate	Villa marinera.
	Faro de Maspalomas	Construcción de interés - BIC <sup>65</sup>
	Faro de Arinaga	Construcción de interés <sup>66</sup>
	Factoría de Salazón - Tauro	Secadero de Pescado
	Cuevas de pescadores - S. Nicolás	Edificio portuario
	Secaderos de Pescado- La Isleta	Secadero de Pescado
	Casa de Madera – La Isleta	Edificio portuario

<sup>65</sup> Declarado Bien de Interés Cultural

<sup>66</sup> Planificado para albergar el Museo del Pescador

	Fábrica de conserva - Arguineguín	Patrimonio cultural industrial
	Salinas de Mogán	Villa marinera
	Salinas de Bufadero	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Bocacangrejo	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de El Carmen	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Tenefé	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Arinaga	Paraje natural y etnográfico, avifauna
<b>Lanzarote</b>	Castillo de Las Coloradas	Construcción de interés
	Faro de Punta Delgada - Alegranza	Construcción de interés - BIC
	Faro de Pechiguera - Yaiza	Construcción de interés - BIC
	S. Marcial del Rubicón	Yacimiento arqueológico
	Puerto del Carmen	Núcleo marinero
	Charco de San Ginés - Arrecife	Núcleo marinero
	Órzola	Núcleo marinero
	Caleta del Sebo	Núcleo marinero
	Los Hervideros	Paraje natural. Lugar de interés
	El Golfo	Paraje natural. Lugar de interés
	El Río	Paraje natural. Lugar de interés
	Arrieta	Gastronomía marinera
	Salinas de El Río	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Órzola	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Los Agujeros	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Tío Joaquín	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Las Caletas	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Los Mármoles	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Puerto Naos	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de El Islote	Paraje natural y etnográfico, avifauna



	Salinas de La Bufona	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de El Janubio	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de La Florida	Paraje natural y etnográfico, avifauna
	Salinas de Los Cancajos	Paraje natural y etnográfico, avifauna
Fuerteventura	Faro de Punta Jandía	Construcción de interés
	Faro Punta Martiño – Islote Lobos	Construcción de interés
	Faro de Tostón – Punta Ballena	Construcción de interés <sup>67</sup>
	Faro Punta del Gavioto – P. Rosario	Construcción de interés
	Faro de la Entallada	Construcción de interés
	Islote de Lobos	Parque Natural, Patrimonio Cultural.
	Senda de los Cetáceos	Itinerario cultural y de naturaleza
	Salinas de El Carmen - Antigua	Ruta cultural, avifauna
	Villa Winter - Cofete	Construcción de interés

---

<sup>67</sup> Alberga el Museo de Pesca Tradicional



Mapa de salinas en Canarias (Fuente: [www.salinasdecanarias.com](http://www.salinasdecanarias.com))

## ANEXO VII PROPUESTA DE OFERTA DE CAPACITACIÓN

---

1. Evolución, biología, ecología de los cetáceos
2. Biología y ecología de avifauna marina y biodiversidad costera
3. Marco legislativo y acción institucional para la conservación y protección de los cetáceos y su hábitat.
4. ZEC marinos para NATURA2000 e instrumentos de gestión
5. Características y condicionantes del sector de TAC
6. Principios y prácticas de sostenibilidad y calidad turística
7. Certificación turística
8. Buenas prácticas de gestión empresarial
9. Técnicas de comunicación e interpretación turística
10. Educación medioambiental
11. Primeros auxilios
12. Fotografía y video
13. Idiomas
14. Rescate y cuidado de animales heridos
15. Investigación y foto-identificación
16. Comercialización electrónica: reserva, venta y fidelización del cliente
17. Navegación, diseño de contenidos y redes sociales en Internet
18. Técnicas de motivación
19. Dinámicas de grupos
20. Técnicas de relajación
21. Patrimonio artístico y cultural pesquero- marinerio
22. Historia y tradiciones marineras
23. Animación turística
24. Agricultura ecológica

25. Elaboración de productos de bienestar ecológicos

**ANEXO VIII PROGRAMA DE DESARROLLO: ÁREAS DE ACTIVIDAD**

ISLA	MICRO-DESTINO	NÚCLEOS	OFERTA TURÍSTICA										
			TAC	PA	SC	RCG	CI	AM	AC	AL	ER		
El Hierro	La Restinga	Puerto de La Restinga	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
La Gomera	Valle Gran Rey	Vueltas – La Puntilla	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
	Playa de Santiago	Playa de Santiago	x	x	x	x			x	x	x	x	
La Palma	Los Llanos de Aridane	Puerto de Tazacorte	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		Puerto Naos				x			x	x	x	x	
Tenerife	Santiago del Teide	Marina Los Gigantes	x	x					x	x	x	x	
		Puerto Santiago		x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		Playa San Juan	x	x		x			x	x	x	x	
	Adeje-Arona	El Puertito				x			x			x	
		La Caleta de Adeje		x	x	x			x		x	x	
		Puerto Colón	x						x	x	x	x	
		Los Cristianos	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		Las Galletas	x	x	x	x			x	x	x	x	
	El Médano	El Médano				x	x			x	x	x	x
		El Abrigo					x			x		x	x
Arico-Abona	S. Miguel de Tajao		x	x	x			x	x	x	x		

		Abades	x	x	x		x	x	x	x
		Poris de Abona	x	x	x		x	x	x	x
Tenerife	Candelaria	Puertito de Güimar	x							x
		Puerto Candelaria	x		x				x	x
	Noreste	Santa Cruz de Tenerife					x	x	x	x
		San Andrés	x	x	x		x	x	x	x
	Norte	Taganana		x				x	x	x
		Punta del Hidalgo	x	x	x				x	x
		Bajamar	x	x				x	x	x
		Tacoronte	x	x						
	Puerto - Isla Baja	Puerto de la Cruz	x		x				x	x
		Garachico		x	x				x	x
Gran Canaria	Agaete	Sardina	x							
		Puerto de las Nieves	x		x		x			x
		Puerto S. Nicolás	x	x	x	x	x	x	x	x
	Mogán	Puerto Mogán	x	x	x	x		x	x	x
		Puerto Rico	x				x	x	x	x
Lanzarote	Chinijo	Caleta del Sebo	x	x	x	x	x	x		x
		Punta Mujeres				x		x		x
	Arrecife	Arrecife	x					x		x
	Yaiza	Puerto del Carmen	x	x	x	x		x	x	x

		Puerto Calero	x			x	x	x	x	x	x
		Playa Blanca	x	x	x	x		x	x	x	x
Fuerteventura	Morro Jable	Morro Jable	x			x		x			x
		Cofete	x		x						
	Corralejo	Islote Lobos	x		x		x				
		Corralejo	x	x	x			x			x

**Leyenda:**

- (TAC) Turismo de Observación de Cetáceos
- (PA) Pesca Artesanal
- (SC) Senderismo Costero de Naturaleza
- (RCG) Ruta Cultural y Gastronómica
- (CI) Centro de Interpretación
- (AM) Artesanías, manufacturas y merchandising (naturaleza y cultura de mar)
- (AC) Actividades Complementarias (buceo, kayaking, baño, salud)
- (AL) Alojamiento (establecimientos rurales y apartamentos privados)
- (ER) Establecimientos de Restauración (gastronomía tradicional local)

## ANEXO IX BUENAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE TAC

---

La propuesta de buenas prácticas pretende ofrecer una base para asegurar la sostenibilidad de las actividades turísticas de avistamiento de cetáceos, minimizando el riesgo de originar impactos negativos y maximizando los beneficios que el TAC puede aportar a la conservación y la protección de los recursos y del medioambiente, a la calidad de la experiencia turística, a la competitividad del negocio turístico generado, al nivel de bienestar de los participantes y al desarrollo socioeconómico del destino y su reconocimiento como destino turístico sostenible. La propuesta se ha estructurado en 9 apartados, atendiendo al ámbito de aplicación de los criterios y buenas prácticas. Se refieren a:

- A. Embarcación utilizada para la excursión marítima:** es el elemento base del TAC realizado sobre plataforma marina. Debe asegurarse el buen funcionamiento y su adecuado acondicionamiento y dotarse de las tecnologías necesarias para minimizar el impacto negativo sobre el medioambiente, cubrir las expectativas y necesidades de los usuarios y evitar costes innecesarios.
- B. Actividad en el mar:** el aprovechamiento del hábitat en el que se desarrolla la actividad debe responder a los principios de minimización del impacto medioambiental causado y de sostenibilidad. La presencia y actividad humana en el mar debe respetar el equilibrio natural, independientemente de si existe o no interacción con animales.
- C. Interacción con las especies objetivo:** la experiencia de observar y compartir un espacio y tiempo con los animales constituye la esencia de la actividad turística ofrecida. Debe realizarse con respeto a la capacidad de carga y provocando el menor impacto negativo posible sobre los animales en las áreas de avistamiento, para ayudar a mantener unas condiciones



que favorezcan la permanencia de los grupos y poblaciones y el buen estado de conservación del hábitat.

- D. Programa interpretativo de la experiencia:** es un aspecto diferenciador con respecto a otros tipos de turismo y una de las bases fundamentales del TAC de calidad. De la calidad del programa de acompañamiento de la experiencia dependerá en buena parte la intensidad y calidad de la emoción vivida por el usuario, su nivel de satisfacción y su actitud como turista responsable.
- E. Diseño y desarrollo de la oferta:** debe concentrarse en minimizar impactos medioambientales, maximizar el aprovechamiento sostenible y responsable de los recursos turísticos (atractivos originales), alcanzar unos niveles de calidad y competitividad suficientes como para poder ofrecer un producto que genere utilidades económicas y sociales a los participantes y un servicio de éxito que goce de elevado reconocimiento en el mercado de la demanda y en la comunidad local.
- F. Gestión y desarrollo del negocio:** se enfoca sobre los esfuerzos a realizar en relación a los tres pilares del desarrollo sostenible (medioambiental, social y económico) para minimizar impactos negativos y contribuir a mantener la calidad en el medioambiente; promover la participación e integración de la comunidad del destino; mejorar las utilidades obtenidas por el emprendimiento y aquellas proporcionadas a los recursos turísticos y a los agentes participantes a través de la oferta; y demostrar y transmitir la valía de los principios de sostenibilidad como base del éxito empresarial.
- G. Desarrollo de red de colaboración:** deben difundirse los principios de sostenibilidad turística sobre los que se basa el proyecto empresarial, como forma válida y valiosa para impulsar el sector turístico, a través de la asociación y el trabajo en red, la motivación a adoptar actitudes y participar activamente en favor de la sostenibilidad y la implantación de procesos

sostenibles, con el objetivo de mejorar la eficacia de la estructura y actividades económicas del clúster turístico del destino.

- H. Gestión de área y recursos y desarrollo del destino:** la política de conservación y gestión de los recursos, la planificación de la actividad turística y otros usos del área, y la promoción y el fomento del turismo sostenible deben desarrollarse de forma consensuada y estrechamente coordinada, para alcanzar eficazmente los objetivos de sostenibilidad y mejorar la competitividad del sistema socioeconómico, su nivel de resiliencia, el nivel general de bienestar de la comunidad local y la imagen percibida del destino.
- I. Conducta de turismo responsable:** es importante motivar a los viajeros a tener actitudes y conductas responsables, no solamente porque se minimizan los impactos negativos directos que su actividad puede tener sobre el medioambiente, los recursos turísticos y los miembros de la comunidad local, pero también porque esos visitantes servirán como agentes multiplicadores de turismo responsable (por efecto “boca- oreja”) y personifican una importante vía de promoción del modelo de sostenibilidad turística del destino.

El manual, de diseño y elaboración propios, está inspirado en los resultados y conclusiones que derivan del presente trabajo y en principios recogidos en documentos relacionados a continuación: Real Decreto 1727/2007 por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos (Ministerio de Presidencia, 2008); decreto 178/2000 por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos (Viceconsejería de Medioambiente, 2000); Código ético mundial para el turismo (OMT, 2001); manual de buenas prácticas de actividades de ocio náutico elaborado por The Center for Environmental Leadership in Business (CELB, US), The Coral Reef Alliance (CORAL, US) y Tour Operators Initiative (TOI); Manual de buenas prácticas en responsabilidad

social para el sector marítimo español (CME, 2009); cuestionario de concienciación de responsabilidad social de las empresas de la CE<sup>68</sup>; documento de la Dirección General de Empresa de la Unidad de Turismo de la Comisión Europea referente a la Gestión de Calidad de los destinos turísticos costeros (CE, 2000); principios de la Carta Europea de Turismo Sostenible (EUROPARC); y documento de buenas prácticas de turismo sostenible de Rainforest Alliance. Algunas de las prácticas han sido adoptadas de los mencionados documentos.

## Embarcación

1. Utilizar dispositivos de protección en las hélices de la embarcación.
2. Utilizar en la medida de lo posible, motores de menor impacto (eléctricos o, al menos, de cuatro tiempos).
3. Utilizar combustibles eficientes y productos que minimicen el nivel de emisión de partículas (biodiesel de micro-algas, “antifouling”, catalizadores).
4. Elegir un tipo de equipamiento que minimice el requerimiento de energía (embarcaciones semi-rígidas ultraligeras, luces de diodo, cableado digital, materiales de carbono y Kevlar, antifouling de larga duración)
5. Utilizar, generadores de energía limpia (eólica, solar) y sistemas de reciclaje de agua, así como otros dispositivos (difusores, sensores de presencia para la luz interior, potabilizadoras de bajo consumo) para minimizar las necesidades y el consumo de energía y agua.
6. Utilizar sistema anti-cavitación, escapes que minimicen el ruido bajo el agua
7. Aislar las dependencias con equipamientos ruidosos o generadores de olores (cuarto de máquinas, almacén, sanitarios, etc.).
8. Mantener la embarcación en adecuadas condiciones higiénicas y de seguridad.

<sup>68</sup> Disponible en: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/campaign/documentation/download/questionnaire\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/campaign/documentation/download/questionnaire_es.pdf)

9. Asegurar la funcionalidad de los equipamientos y las instalaciones y el buen estado de los materiales.
10. Adecuar la embarcación para usuarios con necesidades especiales (accesibilidad a discapacitados, seguridad infantil, acondicionamiento para mayores).
11. Instalar suficientes contenedores selectivos para los residuos y utilizar compartimentos estancos a bordo y estaciones de bombeo en puerto para los residuos líquidos, evitando verterlos al mar.
12. En la medida de lo posible, utilizar productos biodegradables en el mantenimiento de la embarcación (limpieza, pintura del casco, motor, cubierta, etc.) preferentemente sobre otros más agresivos con el medio.
13. Evitar consumos excesivos y emisiones excesivas o incontroladas de ruidos o de fluidos.
14. Realizar los controles periódicos preceptivos y otros de mantenimiento técnico para asegurar el buen estado y funcionamiento de la embarcación y su equipamiento.

## A. Actividad en el mar

1. Utilizar a bordo productos y utensilios reciclables, biodegradables o reutilizables (bolsas de cartón o papel, botellas, merchandising, cremas solares, utensilios para catering, etc.).
2. No arrojar ni verter nada por la borda y minimizar la posibilidad de que los desechos caigan, disponiendo cubos de basura adecuadamente sujetos en las embarcaciones e informando a los visitantes sobre las precauciones necesarias que deben ser tomadas.
3. Proveer facilidades y servicios a bordo para demandas especiales (usuarios con discapacidad, sensibles al sol o a fenómenos climáticos, propensos al mareo, con incompatibilidades alimentarias, público infantil, información disponible en idioma del visitante, dotación y equipamiento para las actividades ofertadas, etc.).
4. No navegar a velocidad superior a la necesaria, ni realizar trayectos, maniobras o emitir ruidos innecesarios, para minimizar consumos y emisiones.
5. Utilizar boyas amarradas para fondear, en vez de anclas, y promover este uso.
6. Promover el respeto mutuo con otros usuarios durante la actividad y facilitar el uso compartido del área, especialmente con otras embarcaciones de TAC.

### Interacción con especies objetivo

1. Respetar el código de conducta con cetáceos, darlo a conocer y promover su cumplimiento entre los usuarios del área<sup>69</sup>. Si no existiera, elaborar un código en base a buenas prácticas comúnmente aceptadas a nivel internacional.
2. Dejar que sea el animal el que controle el encuentro. No navegar para forzar que los animales (delfines) realicen acrobacias o se deslicen sobre las olas, ni perseguirlos para conseguirlo. Si son éstos los que montan la ola, se mantendrá rumbo y velocidad o se disminuirá ésta levemente.
3. Mantener siempre buena visión para evitar colisiones o acosos inadvertidos.
4. Mantener buena comunicación entre los usuarios del área para localizar a los animales e informar con diligencia sobre situaciones que requieran atención especial.
5. Evitar aglomeraciones en torno a un mismo animal o grupo de animales, para maximizar la calidad de la experiencia y minimizar el riesgo de estrés en los animales, disminuyendo la intensidad de los encuentros y la carga ejercida.
6. Abandonar el área de avistamiento si los animales parecen estresados o molestos, si se observan cambios rápidos de dirección y velocidad, golpes con la cola, inmersiones prolongadas o comportamiento errático.
7. Llevar registro de los encuentros incluyendo informaciones sobre fecha, hora, lugar, condiciones del avistamiento, especies avistadas, comportamientos observados, etc., de acuerdo a un modelo estandarizado de ficha de datos.
8. Evitar realizar la actividad alrededor de instalaciones de piscifactoría y en zonas de acceso restringido.
9. Proteger la salud de los animales marinos, asegurar el estado de conservación favorable de su hábitat y, en la medida de lo posible, remolcar o recoger aquellos ejemplares que se encuentren flotando a la deriva con claros signos de herida o muerte.

---

<sup>69</sup> Uno de los códigos con normas de conducta para el desarrollo de actividades de avistamiento de cetáceos comúnmente aceptadas a nivel internacional puede extraerse del Real Decreto 1727/2007 y el Decreto 178/2000 de Canarias. Las normas pueden variar en función de las especies.

10. Informar inmediatamente a las autoridades pertinentes sobre cualquier incidencia notable que perjudique a la salud de los animales y al estado de conservación del hábitat marino.

## B. Diseño del programa interpretativo de acompañamiento a la experiencia turística

1. Emplear personal cualificado, oficialmente titulado o autorizado para el desarrollo de las funciones de guía en la experiencia turística de avistamiento de cetáceos, preferentemente especializado en biología, ciencias marinas, interpretación del medio, educación ambiental.
2. Ofrecer una charla informativa previa, introductoria a la excursión de avistamiento, preferiblemente apoyada en medios audiovisuales, con referencias directas a la experiencia que se vivirá después y una duración aproximada de 20 a 30 minutos.
3. Organizar grupos reducidos y mantener un ratio guía - nº de visitantes adecuado (hasta 15 - 20 personas por guía) para favorecer el disfrute de la experiencia turística y la participación en ella.
4. Conocer las expectativas y características del público oyente
5. Elaborar un programa de interpretación motivador, que combine animación y aprendizaje y que proporcione buen humor y emoción de la experiencia, con contenido acorde al perfil del usuario.
6. Emplear suficientes y adecuadas fuentes de documentación para elaborar el programa y para preparar la charla.
7. Aportar datos precisos y concretos durante la charla, relacionando los aspectos científicos o complejos con elementos o aspectos que puedan ser comunes o estar presentes en la vida diaria del oyente, para favorecer la comprensión del mensaje y la identificación con éste.
8. Emplear métodos y técnicas interpretativos adecuadas al público oyente
9. Prever la cobertura de expectativas de usuarios con necesidades específicas (formatos de información para usuarios con discapacidad; disponer de programa y material de apoyo, específicos para el público infantil; proveer información en el idioma del visitante); y planificar acordemente.
10. En la medida de lo posible, utilizar material impreso y audiovisual y nuevas tecnologías de información y comunicación como complemento a las informaciones transmitidas verbalmente (mapas, gráficos, presentaciones,



fotografías, etc.) así como equipamiento que añada valor al programa (binoculares, hidrófonos, etc.)

11. Informar y educar a los usuarios sobre el medio: las especies avistadas, su biología y ecología, razones y condicionantes de su presencia en el área, el hábitat marino y costero, otros recursos naturales y culturales de interés en el destino, sus valores, su necesidad de conservación y la regulación legal que les afecta, así como sobre los impactos y conflictos que se generan.
12. Promover la interactividad y la participación activa de los usuarios durante el desarrollo del programa de interpretación medioambiental, de forma que éste asuma un papel protagonista y se construya una comunicación de doble dirección.
13. Durante los encuentros, aprovechar los comportamientos y las interacciones observados en los animales para incluir descripciones y explicaciones sobre los mismos.
14. Durante el avistamiento, dejar margen para aquellos miembros del grupo que desean mantenerse algunos minutos en silencio para fortalecer la sensación de comunión con la naturaleza e intensificar las emociones que aporta la experiencia.
15. Incluir mención a las iniciativas existentes para la conservación de los recursos, las acciones de sostenibilidad que la empresa ha implementado y aquellas que los usuarios pueden realizar fácilmente, así como los impactos positivos que producen.
16. Durante la charla, incluir buenas prácticas que los oyentes pueden llevar a cabo en su vida diaria para minimizar su huella y conservar el medio que les rodea.
17. Promover la retroalimentación del usuario mediante cuestionarios o similares.
18. Promover que el interés del usuario siga vivo después de la experiencia vivida a través de la oferta de material didáctico o de lectura, internet, contacto de fidelización, etc.

### C. Diseño y desarrollo de la oferta

1. Estudiar el mercado de la oferta y de la demanda, analizar el potencial de la actividad y definir los objetivos.
2. Recopilar y evaluar la información sobre el perfil, las motivaciones y las necesidades especiales del usuario, para poder adaptar con éxito el producto y la calidad de servicio a las expectativas de los segmentos de demanda objetivo.
3. Utilizar los atractivos originales del destino como recurso turístico y evitar grandes ocupaciones o transformaciones del territorio para desarrollar la oferta.
4. Diseñar las actividades de acuerdo a los usos permitidos, respetando la capacidad de carga de los recursos y de las áreas de actividad y optimizar el uso del territorio y del tiempo.
5. En el diseño del producto, articular la actividad de observación de cetáceos con otros productos y servicios (talleres, jornadas, actividades) afines al ecoturismo y al turismo de naturaleza, a la biodiversidad y la cultura del medio marino o a los principios de sostenibilidad, priorizando aquellos ofrecidos por empresas y profesionales locales.
6. Considerar combinar plataformas de observación en mar y en tierra, siempre que sea posible.
7. En la medida de lo posible, diseñar una oferta que integre a profesionales y especialistas del medio marino, su naturaleza y su cultura, concediéndoles un rol protagonista.
8. No generar falsas expectativas en los usuarios, publicitar de forma precisa y concreta la oferta turística y adecuar la imagen transmitida al perfil, las necesidades y las motivaciones del segmento de demanda abordado.
9. Evitar crear una imagen irreal de la oferta, el destino y los recursos aprovechados y adecuarse a los estándares de imagen turística del destino comúnmente aceptados.
10. Considerar la participación directa del visitante en actividades de investigación y voluntariado como un valor añadido importante de la oferta turística.
11. Utilizar medios de transporte (vehículos, embarcaciones) y equipamientos de tamaño y tipo adecuados para propiciar un encuentro cercano con los animales.

12. Ofrecer la experiencia en aceptables condiciones de seguridad, higiene y comodidad, con servicios suficientes y en condiciones acordes al tipo de viaje ofrecido (lujo, aventura, voluntariado, etc.) y al público asistente (infantil, senior, discapacitado).
13. Priorizar gastronomía local y productos de cultivo biológico u orgánico en el servicio catering, así como merchandising de producción local, si se incluyen en la oferta.
14. Ofrecer servicios de cortesía que minimicen la huella ecológica (por ejemplo, servicio de transporte colectivo con vehículos con bajo nivel de emisiones, souvenir en formato digital, etc.)
15. Hacer partícipe a los usuarios de las medidas de sostenibilidad tomadas, su importancia, sus efectos y los beneficios logrados y promover las prácticas de turismo responsable y de disminución de huella ecológica
16. En la gestión del servicio, enfocar sobre el trato personalizado y la satisfacción del usuario, y disponer de un sistema de gestión de reclamaciones de usuarios que sirva de base para realizar las correcciones necesarias
17. En el diseño de la oferta, enfocar sobre el valor añadido que la experiencia turística aporta al usuario (accesibilidad del destino, horarios y temporadas idóneas, flexibilidad y percepción de diseño a medida, singularidad, aprendizaje, emoción, relación calidad-precio, percepción de sostenibilidad e impactos positivos de la oferta, etc.).
18. En el diseño y la comercialización de la oferta, priorizar la calidad del producto, de la demanda y de los intermediarios y colaboradores comerciales.
19. Ofrecer al usuario actividades para compensar in situ las emisiones de carbono (p. e. plantar árboles), colaborar activamente en acciones de protección y conservación (“voluntario por un día”, realizar donaciones a organizaciones locales de conservación, etc.) y donaciones a proyectos para la compensación de carbono.
20. Ofrecer accesibilidad y flexibilidad en el proceso de información, reserva y compra de los productos y servicios ofrecidos, atendiendo especialmente a la implementación del comercio electrónico y el uso de TIC



#### D. Gestión y Desarrollo de negocio

1. Diseñar y establecer el negocio turístico atendiendo a los principios de sostenibilidad turística y a la estrategia y objetivos de la política de desarrollo sostenible del destino.
2. Definir claramente la misión, la visión y los objetivos de sostenibilidad que se pretenden lograr con el emprendimiento, así como las vías para alcanzar dichos objetivos y el nivel de compromiso que se está dispuesto a asumir.
3. Anualmente, planificar metas de sostenibilidad ambiental, económica y social, evaluar su grado de cumplimiento mediante indicadores de resultados e implementar acciones correctoras de las desviaciones.
4. Hacer partícipe y divulgar entre el personal tales planes y monitoreo, así como las expectativas de los usuarios y los objetivos y resultados de satisfacción de la demanda.
5. Obtener las autorizaciones y permisos pertinentes para operar en el marco de la legalidad.
6. Conocer y cumplir las reglas o normas legales y, en la medida de lo posible, colaborar a su difusión y a asegurar el cumplimiento generalizado, facilitando las labores de vigilancia y supervisión de la actividad.
7. Gestionar consumos y residuos adecuadamente en la cadena logística (“3R”) (usar transportes colectivos compartidos o no contaminantes, minimizar cantidad de envases usados y embalajes, imprimir en papel reciclado, usar energías limpias, disminuir consumos y desechos en la administración del negocio; monitorear los consumos y la producción de desechos, optimizar consumos y residuos en la cadena de aprovisionamiento, usar productos biodegradables y no agresivos con el medio).
8. Mantener el material y los equipamientos en buen estado de funcionamiento y uso, tanto los utilizados durante la excursión como para la gestión del negocio.
9. Promover entre empleados y colaboradores comerciales conductas para la reducción de huella ecológica (uso de transporte público, compartido o en medios no contaminantes; atención a la huella de carbono; producción limpia en la adquisición y consumo de productos y servicios) o, al menos, transmitir la

- preferencia por cooperar con colaboradores que toman medidas de sostenibilidad y responsabilidad empresarial.
10. En la gestión del emprendimiento, considerar los costes económicos, sociales y ambientales a medio y largo plazo en el diseño de la oferta y en los planes de expansión de negocio.
  11. Elaborar y difundir códigos de conducta específicos para las actividades que conforman la oferta del negocio
  12. Fundamentar la competitividad y la diferenciación del emprendimiento sobre la calidad, la innovación, la originalidad o la especialización de producto, apoyándose en un proceso de mejora continua, evitando las guerras de precios y la competencia desleal y respetando los principios de libre competencia.
  13. Recopilar de forma sistemática información sobre el nivel de satisfacción del usuario, para mejorar el producto y la calidad de servicio.
  14. Ofrecer un tratamiento especial de bonificaciones o precios reducidos a usuarios de la comunidad local (precios de acompañante, de familia, gratuidad de público infantil, precios especiales en fechas señaladas, como el día del turismo o día de los océanos, etc.).
  15. Diseñar una estrategia para promocionar la cultura local y promover la integración con la comunidad del destino (promocionar la actividad en temporada baja para compensar la estacionalidad de la demanda y en fiestas y eventos locales, ofrecer una jornada de puertas abiertas, acciones especiales para niños, mujeres, discapacitados, mayores, segmentos de población desfavorecidos, etc.).
  16. Aprovechar las ventajas que ofrecen las tecnologías de información y comunicación (TIC): utilizar internet como apoyo importante para proveer información, facilitar la comercialización, mantener la relación con los usuarios, interesados y colaboradores, ofrecer una imagen activa (información, noticias, comercio electrónico, trabajo en red, fidelización).
  17. Fomentar el empleo de personal local en todos los niveles de la organización.
  18. Ofrecer aceptables condiciones de empleo (funciones acorde a capacidades, proyección, formación continuada, remuneración, igualdad, seguridad e higiene),

- evitar la sobreexplotación y favorecer la conciliación familiar (por ejemplo, implantando teletrabajo y horarios flexibles en la medida de lo posible).
19. Evitar la discriminación y favorecer la integración laboral de segmentos sociales desfavorecidos (mujeres, discapacitados).
  20. Disponer de un sistema de participación y de gestión de reclamaciones para los empleados y realizar las correcciones necesarias para mejorar el ambiente de trabajo.
  21. Mantener la motivación, fomentar el espíritu de equipo y fijar procedimientos para resolver de forma dialogada los conflictos con empleados, competidores y colaboradores comerciales.
  22. Divulgar la política de sostenibilidad de la empresa, con la difusión de las buenas prácticas empresariales, los objetivos perseguidos y los impactos generados a través de material o acciones propias o colaboraciones en eventos y jornadas de puertas abiertas, etc.).
  23. Demandar y apoyar proyectos e iniciativas de minimización del impacto medioambiental, económico y social (innovaciones tecnológicas, protección, conservación y divulgación de los recursos)
  24. Considerar la adhesión a un programa de certificación con reconocimiento internacional y relevante a las actividades ofertadas.
  25. Elaborar un programa propio de disminución de huella de carbono que esté directamente relacionados con el entorno o la actividad y ofrecer usuarios y colaboradores comerciales la posibilidad de participar en él.

### Desarrollo de red de colaboración

1. Promover la asociación formal de participantes en el sector, incluyendo empresarios, guías, personal de marinería, profesionales de atención al cliente, etc.
2. Impulsar la implantación de códigos voluntarios de conducta y el diseño de un manual de buenas prácticas específico a las circunstancias del destino y de los agentes participantes.
3. Exponer los logros de sostenibilidad y las buenas prácticas implantadas entre colaboradores o potenciales colaboradores comerciales y motivar a que éstos hagan lo propio.
4. Mantener especial predisposición a la comunicación y proactividad a la cooperación con otros emprendimientos empresariales y profesionales (colaboraciones comerciales para reducción de costes, mejora de la calidad, oferta y promoción turística, desarrollo de proyectos de innovación, definición de imagen), especialmente los desarrollados de forma sostenible.
5. Dedicar especial atención al conocimiento, estudio e investigación de los recursos y de la actividad viable durante el desarrollo de la actividad, evaluando la viabilidad y el potencial de colaboraciones con estamentos académicos y organizaciones privadas de investigación.
6. Colaborar activamente a iniciativas de monitorización e investigación de los recursos naturales, ofreciendo la embarcación o las instalaciones en costa como plataforma de observación y de recogida de datos.
7. Colaborar activamente en iniciativas de conservación y educación medioambiental mediante financiación en base a porcentaje de beneficios alcanzados, asistencia técnica o apoyo logístico y de recursos materiales (programas educativos, campañas de recogida de residuos o de limpieza de zonas costeras y marinas).
8. Mantener buena disposición a la comunicación y cooperación con las administraciones públicas para debatir y acometer proyectos de innovación y gestión que afecten al desarrollo de la actividad, exponiendo claramente visión, necesidades y condicionantes.



9. Colaborar activamente a iniciativas de desarrollo sostenible del destino mediante financiación, asistencia técnica o apoyo logístico y de recursos materiales.
10. Considerar el potencial y la viabilidad de establecer alianzas comerciales.
11. Perseguir el estrecho contacto, la colaboración y el asociacionismo con otras empresas y destinos de TAC a nivel internacional (en relación a tópicos como biología y ecología de las especies, características de singularidad del destino, sostenibilidad de la actividad, etc.)

### E. Gestión de los recursos y el área y desarrollo del destino

1. Definir claramente la esencia de la oferta turística del destino y la imagen que se desea transmitir.
2. Reconocer y conocer a los interlocutores y participantes de la actividad (clúster)
3. Conocer la estructura del mercado de actividad y sus componentes de competitividad y estrategia, así como las características de otros sectores que pueden interferir en el desarrollo del sector de TAC
4. Apoyar, promover, fomentar y promocionar iniciativas y emprendimientos de desarrollo sostenible de la oferta de TAC y de innovación turística relacionado con los cetáceos y la fauna marina.
5. Agilizar trámites administrativos y facilitar la comunicación bidireccional con empresarios y profesionales del sector de actividades de avistamiento de cetáceos.
6. Promover la iniciativa local, la participación informada de la comunidad local y el asociacionismo, apoyando especialmente a los sectores sociales más desfavorecidos y a aquellos que ofrecen mayor potencial para los objetivos de desarrollo sostenible.
7. Proveer herramientas estandarizadas para la recogida de datos de avistamiento, coordinar su implementación y apoyar su diseño y elaboración.
8. Proveer herramientas estandarizadas para el desarrollo de un programa educativo o interpretativo de la experiencia, coordinar su implementación y apoyar su diseño y elaboración.
9. Elaborar y desarrollar un programa de vigilancia de la actividad, incluyendo actuaciones y medidas a tomar para asegurar el cumplimiento de la ley o de las reglas consensuadas.
10. Impulsar estudios sobre la existencia y la distribución de los cetáceos en el destino, en especial sobre las poblaciones residentes y las circunstancias que influyen en su presencia, y apoyar el trabajo y los proyectos de organizaciones e instituciones investigadoras con intereses en cetáceos (y otra fauna marina), el medio marino y la actividad turística desarrollada sobre ellos.

11. Monitorear el desarrollo de la actividad, las interacciones que tienen lugar con los animales, y el nivel de calidad alcanzado.
12. Impulsar estudios sobre el efecto que tiene la actividad humana, especialmente la actividad de avistamiento de cetáceos, sobre los animales en el área y sobre el medio a corto y largo plazo
13. Limitar la actividad de acuerdo a la capacidad de carga estimada, en especial en relación a las zonas, los horarios, las temporadas y el número y tipo de embarcaciones permitidos para el uso del área.
14. Planificar la coexistencia de usos en el área de avistamiento para minimizar interferencias e interacciones negativas entre los recursos naturales, los tipos de aprovechamiento y los agentes participantes.
15. Elaborar documentos con horizonte de largo plazo que apuntalen el interés por el desarrollo sostenible del sector y consoliden la estrategia de regulación y desarrollo
16. Dotar a la zona de avistamiento de un estado de protección bajo figura legal o por consenso entre los usuarios, si fuera necesario, para asegurar el buen estado de conservación de los cetáceos y de su hábitat.
17. Elaborar un programa de formación para profesionales y empresarios del sector (guías, empresarios, personal de marinería, profesionales de pesca, técnicos, gestores), incluyendo contenidos turísticos genéricos y otros específicos a la actividad.
18. Diseñar un programa educativo enfocado sobre los valores de los recursos y la importancia de su conservación, incluyendo las herramientas materiales necesarias.
19. Elaborar un programa educativo para su despliegue en centros educativos y asociaciones civiles, incluyendo las herramientas materiales informativas y educativas necesarias.
20. Definir un plan anual de ocio y acciones divulgativas enfocado sobre los valores de los recursos y la importancia de su conservación.
21. Promover la creación de un centro de referencia (real y virtual), que sirvan de referencia única y punto de encuentro para todos los participantes.

22. Mantener la transparencia en la gestión de actividades y recursos.
23. Asegurar la existencia de infraestructura, equipamiento material y dotaciones necesarias para desarrollar de forma continuada y efectiva los programas elaborados, así como asegurar los recursos financieros necesarios para su mantenimiento, sin menoscabo de los servicios básicos (agua, energía, saneamiento).
24. Asegurar que existe adecuada infraestructura, suficiente coordinación de servicios y disponibilidad de medios para que las prácticas de sostenibilidad puedan implementarse de forma eficaz (tratamiento de residuos, instalaciones básicas, cumplimiento de normas, seguridad y control de riesgos).
25. Minimizar las interacciones negativas de la actividad de observación de cetáceos con otras industrias en áreas de avistamiento o en su ámbito de influencia.
26. Integrar y articular el producto con atractivos originales y otra oferta turística sostenible del destino.
27. Promocionar la actividad turística de avistamiento de cetáceos y los recursos naturales y culturales relacionados con ella, dotándolo de identidad de producto turístico, de acuerdo a la importancia del atractivo original para el modelo de desarrollo turístico local – regional – nacional.
28. Mantenerse informado del estado de la actividad, los participantes, las perspectivas y los proyectos de desarrollo turístico relacionados con los recursos turísticos aprovechados en la oferta de TAC.
29. Preferentemente atraer al viajero responsable y a aquellos segmentos de demanda que cuya motivación principal radica en conocer la realidad del destino, más que “solamente consumen su oferta turística”.
30. Apoyar y promover la captación de aquellos segmentos de demanda que permiten maximizar el nivel de gasto y movilidad en destino.
31. Asegurar el equilibrio entre infraestructuras y flujos turísticos, ofreciendo alternativas (desestacionalizar, especializar y diversificar oferta, articular con oferta de localidades cercanas) para evitar masificaciones y cuellos de botella (transporte, alojamiento, servicios, atención al visitante, etc.).

32. Promover la comunicación, la coordinación y la colaboración con el clúster con intereses en los recursos (organizaciones de investigación, intermediarios turísticos, empresas operadoras del servicio, otras empresas y profesionales que usan las áreas de avistamiento, etc.) y con otros departamentos de la administración pública con intereses en el sector de actividad o en el área en el que ésta se desarrolla.
33. Crear una comisión o mesa sectorial oficial que sirva como foro de debate y de toma de decisiones, y asegurar su actividad continuada.
34. Impulsar la comunicación y la cooperación con otros destinos de turismo de avistamiento de cetáceos.
35. Comunicar las buenas prácticas y las lecciones aprendidas en la gestión de la actividad, de los recursos y del área, tanto a la comunidad local como a otros destinos nacionales y a la comunidad internacional.

## Conductas y actitudes de turismo responsable

1. En la elección del intermediario turístico, priorizar aquellos que operan de acuerdo a los principios de sostenibilidad, que promueven el viaje responsable y que buscan la especialización en TAC sostenible como parte de su negocio.
2. Informarse directamente sobre las cuestiones de sostenibilidad que suscite el viaje (actividad, destino), preguntando directamente al intermediario u operador de la excursión o indagando por cuenta propia en otras fuentes de documentación.
3. Informarse acerca de las características de la actividad, las leyes que la rigen y la conducta en presencia de animales.
4. En la medida de lo posible, compartir transporte o usar medios colectivos para acceder a los puntos de partida de la excursión, o usar las vías y los medios menos contaminantes.
5. Durante el viaje, solicitar información al personal sobre la experiencia turística, si aquella no se provee.
6. Colaborar para que el viaje pueda disfrutarse en el marco de la legalidad, la minimización de impacto, la conducta responsable y el respeto mutuo, permitiendo que los demás puedan aprovechar los valores de ocio, emoción y aprendizaje que proporciona la experiencia:
  - Respetar las normas y pautas marcadas, así como las indicaciones dadas por el personal de la embarcación
  - No demandar conductas inapropiadas ni maniobras prohibidas durante el viaje.
  - No tirar ningún tipo de desecho por la borda
  - No gritar ni hacer ruidos en presencia de animales y moderar el nivel de ruidos, de forma general
  - No tirar comida para atraer a los animales
  - Consumir únicamente aquellas cantidades de alimentos o productos necesarios, no malgastar agua
  - Utilizar las papeleras y cubos de desecho y colaborar a gestionar adecuadamente los residuos.

7. Exponer reclamaciones y sugerencias para contribuir a la mejora de la excursión, del servicio recibido y de la empresa operadora.
8. No adquirir productos fabricados con especies protegidas y priorizar la compra de productos ecológicos o de aquellos confeccionados o elaborados por productores locales y de forma sostenible (cremas, alimentos, souvenir) y aquellos con menor huella medioambiental.
9. Contribuir a la minimización de la huella ambiental mediante donaciones a proyectos certificados (compensaciones de carbono), participación en acciones desarrolladas *in situ*, u otros.
10. Mantener durante el viaje turístico la preferencia por contratar servicios que se desarrollan de acuerdo a los principios de sostenibilidad y de minimización de la huella ambiental y por adquirir productos de empresas que disponen de distintivos o certificados de sostenibilidad.
11. Compartir la experiencia con el entorno social próximo, destacando los valores de entretenimiento y aprendizaje y el impacto de la actividad en el destino.
12. Adquirir y recomendar únicamente excursiones de operadores autorizados que cuentan con la bandera o distintivo identificativo correspondiente, o que publicitan declaraciones de cumplimiento de la legislación, de adopción de principios de sostenibilidad o de respeto a la fauna y flora del entorno.
13. Asociarse o colaborar con organizaciones que actúan a favor de la conservación del medioambiente o de la sostenibilidad.
14. Observar los principios de sostenibilidad como guía en la actitud y las pautas de consumo y comportamiento, una vez de vuelta al lugar de origen.

## **ANEXO X SISTEMA DE INDICADORES (MICRO)**

---

Se presenta una batería de indicadores para desarrollo sostenible y competitivo del TAC.

El sistema, de diseño y elaboración propios, está inspirado la documentación base usada para el manual de buenas prácticas. Además se ha acudido a los resultados y conclusiones que derivan del presente trabajo y a las siguientes fuentes de documentación complementaria: sistemas de indicadores turísticos del Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE); Criterios Globales de Turismo Sostenible, Integrated Oceanographic Commission (UNESCO, 2006); Sistema de Indicadores Estadísticos de Sostenibilidad del Turismo de la Macaronesia (SIET-MAC); y ranking de competitividad turística de World Economic Forum.

Se incluye una batería de indicadores “micro”, que permite analizar el impacto y el desempeño de la actividad a nivel de unidad de negocio, y otra batería “macro” que permite comparación de la sostenibilidad y competitividad a nivel de gestión como destino de TAC.

La primera está conformada por indicadores de tipo cuantitativo y otros de tipo cualitativo (de respuesta {SI/NO}), que sirven también a la construcción de indicadores del ámbito “macro”.



## Principio de sostenibilidad

### X# Criterio

- Origen del impacto negativo que se pretende evitar o del impacto positivo que se pretende reforzar
  - Objetivo (indicadores)

## Minimizar el impacto ambiental negativo (sostenibilidad ambiental)

### A1. Minimización de la huella medioambiental

- Presión sobre los recursos naturales, contaminación y degradación del medio.
  - Minimizar el consumo de agua (litros consumidos por usuario, por día de actividad)
  - Minimizar el consumo de energía eléctrica (KW/h consumidos por usuario / por día de actividad)
  - Minimizar el consumo de combustible (litros consumidos por usuario/ por día de actividad).
  - Maximizar el uso de fuentes renovables de energía para operaciones y la gestión empresarial (% de energía procedente de fuentes renovables sobre el consumo total, expresado en KW/h o su coste económico / en tierra / en embarcación)
  - Maximizar el uso de productos biodegradables, orgánicos o biológicos para operaciones y gestión empresarial (% de productos para catering de origen orgánico o biológico; % de productos biodegradables usados – productos para la venta, desinfectantes, pinturas y barnices, productos de limpieza, “anti-fouling”).
  - Minimizar la producción de desechos líquidos (KG de residuos químicos por usuario / por día de actividad)
  - Minimizar la producción de residuos sólidos (KG de residuos sólidos por usuario / por día de actividad)
  - Minimizar las emisiones gaseosas tóxicas (ppm por usuario / por día de actividad)
  - Minimizar la huella de carbono (TM<sup>3</sup> de CO<sub>2</sub> emitido por usuario / por día de actividad)
  - Respetar el código de conducta con animales durante los encuentros (nº anual de infracciones cometidas)
  - Minimizar la producción de ruidos y vibraciones (nivel medio de

ruido emitido por embarcación en presencia de cetáceos; nivel medio de ruido no natural soportado por el visitante en un día de actividad; sistema anti-cavitación en embarcaciones {SI/NO})

- Maximizar la reutilización de productos consumidos (% de productos reutilizables sobre el total)
- Maximizar el reciclado de desechos producidos (% de desechos reciclados sobre el total)
- Minimizar el impacto visual de instalaciones y equipamiento (las construcciones respetan el entorno y se han usado materiales locales {SI/NO})

## A2. Integración y sistematización de buenas prácticas medioambientales en la gestión empresarial

- Déficit de integración de buenas prácticas de gestión medioambiental en la empresa.
  - Cumplimiento de la legislación medioambiental en el desarrollo de la oferta (se cumple la normativa medioambiental vigente {SI/NO}; se dispone del equipamiento necesario para tratamiento de desechos y residuos en tierra {SI/NO}; se ha efectuado EIA {SI/NO}).
  - Promover el conocimiento de los principios de sostenibilidad medioambiental (se comunica internamente normas de conducta con animales {SI/NO}; se comunica internamente buenas prácticas de gestión medioambiental {SI/NO}; se ofrece formación en biodiversidad de cetáceos y conservación del medio marino {SI/NO})
  - Incorporación sistemática de prácticas de sostenibilidad medioambiental (se incorporan políticas / manuales / sistemas de monitoreo / certificaciones de gestión medioambiental en las operaciones {SI/NO}; se ofrecen iniciativas de compensación de gases de efecto invernadero {SI/NO}; se ofrece transporte colectivo a trabajadores / usuarios {SI/NO}).
  - Innovación en eco-tecnologías (se implementa motorización limpia / generadores fotovoltaicos / aerogeneradores / cocinas solares / dispositivos para minimizar ruido / protectores de hélices / difusores de grifos / bombillas de bajo consumo; % de presupuesto anual destinado a adquirir tecnologías eco-eficientes).

## Minimizar el impacto sociocultural negativo (sostenibilidad social)

### S1. Incorporación y sistematización de prácticas de sostenibilidad sociocultural

- Insuficiente divulgación de las prácticas de responsabilidad social y turística (ver Anexo XI)
  - Maximizar la divulgación de los riesgos, el marco legal vigente para la oferta TAC y las normas de conducta en presencia de animales (se incorpora la temática en sus comunicaciones internas / en programa interpretativo a usuarios / publicidad comercial {SI/NO})
  - Maximizar la difusión interna y externa de otras prácticas de turismo responsable (se incorpora la temática en sus comunicaciones internas / en programa interpretativo a usuarios / publicidad comercial {SI/NO})
  - Maximizar la difusión de prácticas de sostenibilidad turística implementadas (se divulgan los logros alcanzados en sostenibilidad {SI/NO})
  - Promover la adopción de prácticas de sostenibilidad en empleados y usuarios (% de empleados que adoptan personalmente criterios de sostenibilidad; *nº de certificados "turista responsable" otorgados*).
- Insuficiente incorporación de los cetáceos y el medio natural marino a la idiosincrasia y la identidad cultural de la población local
  - Asegurar que se incorporan elementos de la realidad y la identidad cultural relacionadas con los cetáceos y su hábitat otro patrimonio cultural afín a la oferta e instalaciones y equipamiento turístico usado (se incorporan elementos de la cultura local relacionados con cetáceos y su hábitat a la oferta a través de imagen publicitaria / programa de interpretación / gastronomía / instalaciones / equipamiento / dotaciones del personal {SI/NO}).
  - Dinamización cultural (se participa en eventos o publicaciones de tipo cultural que giran en torno al tema de los cetáceos y el medio marino {SI/NO}).
- Insuficiente integración de la cultura local en la oferta turística
  - Incorporar elementos de la realidad y de la identidad cultural al desarrollo de la oferta (se incorpora la cultura tradicional del destino a la oferta a través de imagen publicitaria / programa de interpretación / gastronomía / instalaciones / equipamiento / dotaciones del personal {SI/NO}).
- Condiciones desfavorables de contratación y del mercado laboral

- Asegurar una buenas condiciones de contratación y laborales (% de trabajadores con contrato; % de salarios por encima del salario mínimo; % de trabajadores con cobertura socio-sanitaria a cargo de la empresa; media anual de horas de trabajo diario; media de días de vacaciones al año; % de trabajadores con contrato fijo; continuidad media en el puesto de trabajo; % de trabajadores que considera la calidad del clima laboral por encima de la media; existe sistema participativos de gestión {SI/NO}; se ofrece capacitación y formación continua a sus trabajadores {SI/NO}; nº anual de casos de denuncia por abusos laborales)
- Minimizar los casos de discriminación en la contratación de personal (se respeta la paridad laboral {SI/NO}; empleo a mujeres acorde a datos demográficos del sector, en la población {SI/NO}; nº anual de casos de denuncia por discriminación).
- Déficit en la incorporación de pequeños actores (MPYME) sostenibles en el encadenamiento comercial de operaciones y de gestión empresarial
  - Maximizar la integración de productos y servicios sostenibles en el desarrollo de la oferta turística y la gestión empresarial (% de necesidades de catering que son cubiertas con producción sostenible; % de presupuesto de negocio contratado con empresas y profesionales que presentan certificación de sostenibilidad)
- Participación deficitaria en la toma de decisiones
  - Asegurar que el definido como “clúster TAC” representa de la mejor manera posible los intereses de la comunidad de destino (% de actores y colectivos integrantes del clúster que están representados en los grupos de toma de decisiones; % de empresas operadoras de TAC que forman parte del clúster).
  - Asegurar que la toma de decisiones se realiza consensuando la mayoría de los intereses participantes (% de asistencia media a reuniones convocadas, sobre el total de representantes convocados).
- Déficit de participación en acciones de desarrollo local, dinamización socioeconómica y cultural relacionada con los cetáceos y la biodiversidad marina
  - Consolidar una participación continuada (% de beneficios empresariales que son reinvertidos en proyectos y actuaciones de gestión y conservación medioambiental / rescate de tradiciones locales / talleres de profesionalización local; nº anual

de proyectos en los que se participa; se publicitan los proyectos en los que se toma parte y divulgan sus resultados {SI/NO}).

- Tratamiento desfavorable de la demanda local
  - Promover el turismo local (se ofrecen descuentos a usuarios residentes {SI/NO})
- Exclusión social
  - Maximizar la integración de segmentos en riesgo de exclusión social: mujeres / mayores / otros (se adoptan estudiantes y jóvenes en prácticas {SI/NO}; se contratan discapacitados {SI/NO}; se desarrolla oferta para segmentos en riesgo de exclusión {SI/NO}; se participa o colabora en proyectos o eventos de integración social {SI/NO})
- Déficit de implantación sistemática de prácticas de sostenibilidad
  - Promover la adopción de políticas y prácticas de sostenibilidad (se adoptan políticas o se adhiere a programas contra la explotación de mujeres y niños / venta de productos ilegales / comercio de especies protegidas / exclusión social de grupos de riesgo y minorías / comercio justo / no discriminación / accesibilidad / espacio libre de humo / espacio sin ruidos / LGBT / conciliación laboral {SI/NO}).
  - Favorecer la implantación sistemática de prácticas de sostenibilidad (se incorporan sistemas o certificaciones de sostenibilidad {SI/NO})

**Asegurar la viabilidad económica largo plazo y maximizar la utilidad económica (sostenibilidad económica)**

#### E1: Integración de la iniciativa profesional y empresarial local

- Déficit en la incorporación de producción local de productos en las operaciones y la gestión empresarial
  - Maximizar la integración de productos y servicios locales en el desarrollo de la oferta turística y la gestión empresarial (% de necesidades de catering que son cubiertas con producción local; % de presupuesto de negocio contratado con empresas y profesionales locales)
  - Maximizar la contribución del TAC al empleo local (% de empleados con residencia permanente local, % de sueldos pagado a personal local)
- Déficit en la incorporación de actores locales en las actuaciones de investigación, conservación y gestión medioambiental y turística
  - Maximizar la participación (se participa en proyectos de

conservación e investigación {SI/NO}; se colabora con las DMO en acciones de promoción turística relacionadas con los cetáceos y su hábitat {SI/NO}).

## E2. Calidad de oferta y de servicio turístico

- Expectativas del usuario potencial
  - Asegurar que no se generan expectativas poco realistas (se ofrece información comercial correcta, cierta y realista {SI/NO})
- Seguridad, salubridad y accesibilidad turística
  - Minimizar el riesgo en el desarrollo de las actividades (las embarcaciones / instalaciones / entornos están dotados con medidas y equipamientos necesarios para garantizar la seguridad turística {SI/NO}; se cuenta con un manual o protocolos de seguridad en operaciones {SI/NO}; se asegura un adecuado nivel de higiene durante el desarrollo de la oferta {SI/NO}; se cuenta con manual o protocolos de salubridad en el manejo de alimentos {SI/NO}; se divulgan las normas de seguridad en la oferta {SI/NO})
  - Asegurar una plena accesibilidad turística en infraestructura e instalaciones (las embarcaciones / instalaciones / entornos utilizados en la oferta están dotados con medidas y equipamientos de accesibilidad turística {SI/NO})
- Deficitaria calidad en el diseño y desarrollo de la experiencia
  - Asegurar un nivel elevado en la calidad de la experiencia (media anual de accidentes e incidentes negativos ocurridos; las embarcaciones, instalaciones, entornos cuentan con equipamiento y dotaciones adecuados para asegurar el disfrute de la oferta turística {SI/NO}; capacidad media de embarcaciones en producto “eco”; tamaño medio de grupos por guía; % de salidas sin avistamiento; % de tiempo usado para transporte al punto de salida; % de demora hasta primer avistamiento; se implanta programa de interpretación medioambiental educativo {SI/NO}; se dedican programas y protocolos específicos a segmentos especiales: público infantil / extranjero / discapacitados {SI/NO})
- Pobre nivel de satisfacción del usuario
  - Asegurar un elevado nivel de satisfacción del usuario en su experiencia turística (% de usuarios que expresan satisfacción por la experiencia vivida / relación calidad-precio / expectativas

cubiertas / intención de recomendar / intención de repetir; nº anual de quejas y reclamaciones interpuestas por clientes; % de quejas y reclamaciones resueltas; ratio de valoración de la experiencia / de la empresa, por encima del promedio; % de visitantes que destacan la comodidad / la profesionalidad / la calidad de atención / la originalidad / la autenticidad / la diversidad por encima del promedio; % de visitantes que expresan percepción de bajo nivel de capacitación; ejemplo de indicador compuesto: relación “grado de satisfacción – tamaño de grupos, nº de embarcaciones presentes” o relación “personas que destacan la sostenibilidad de la oferta – intención de recomendar, repetir”).

- Escasa diferenciación de producto y desaprovechamiento de los recursos turísticos integrables en la oferta TAC
  - Favorecer la diversificación y la especialización de la oferta turística (diversidad de productos y paquetes turísticos articulados con el TAC)
- Impacto visual negativo del entorno
  - Asegurar que la experiencia se desarrolla en adecuadas condiciones del entorno (nº medio diario de embarcaciones presentes al tiempo en un mismo el área de avistamiento; % tiempo de actividad en terreno que se desarrolla en áreas naturales protegidas; % de costa urbanizada en áreas de actividad; % de tiempo de desarrollo de oferta que transcurre en entorno no urbano.)
- Inexistencia de un sistema de calidad turística
  - Maximizar la implantación de un sistema de pautas, normas o requisitos para asegurar la calidad turística en la operación (se ha implementado un manual o sistema de calidad en el desarrollo de la operación {SI/NO}; se posee un certificado de reconocimiento de calidad turística {SI/NO}).

### E3: Competitividad en la gestión de la empresa turística

- Insuficiente aprovechamiento de las capacidades de servicio turístico
  - Maximizar el aprovechamiento de la capacidad de la oferta turística con una actividad continuada (tasa de ocupación de embarcaciones / instalaciones / servicio de profesionales, sobre capacidad máxima anual; cambios en la distribución estacional de visitas).

- Condiciones deficitarias de la infraestructura y equipamiento usados en la oferta
  - Minimizar las brechas de calidad en la infraestructura y el equipamiento turístico usado en la oferta (se cuenta con un manual o protocolo de mantenimiento {SI/NO}; % de usuarios que expresan insatisfacción por el estado de las instalaciones, entornos y equipamiento usado durante la experiencia)
- Capacitación profesional
  - Maximizar el adecuado nivel de capacitación en los profesionales (% de trabajadores que cuenta con la titulación o capacitación adecuada al puesto o función que desempeña; se evalúa el desempeño profesional de sus empleados {SI/NO})
- Competitividad del precio
  - Maximizar la rentabilidad de la actividad (coste o sobrecoste que el usuario está dispuesto a asumir por participar en la experiencia turística).
- Insuficiente gestión empresarial
  - Sistematizar la gestión (se incorpora sistema de gestión de reservas / sistema contable y financiero / manual de procesos administrativos y gestión interna / manual de compras {SI/NO})
  - Incorporar comunicaciones sistemáticas y continuadas en la gestión (se mantienen reuniones periódicas con el personal / emiten boletines informativos {SI/NO})
  - Conocer el perfil y los gustos de la demanda (se lleva registro de clientes / estadísticas de visitas / encuestas de satisfacción / implementa un sistema de quejas y sugerencias / realiza un análisis periódico de resultados {SI/NO})
  - Conocer el mercado (se realizan estudios periódicos de la competencia {SI/NO}; se subscriben boletines informativos del sector {SI/NO})
  - Desarrollar un encadenamiento comercial específico a la oferta (se contrata con intermediarios especializados en turismo de naturaleza, rural, activo o similar {SI/NO}; % de demanda atendida a través de intermediarios especializados)
  - Abordar mercados internacionales (se publicita en varios idiomas {SI/NO}; se colabora con otras empresas u organizaciones extranjeras {SI/NO})
  - Asegurar la disposición de material informativo y educativo adecuado y actualizado (% de empresas que cuenta con suficiente, adecuado y actualizado material informativo y educativo)



- Invertir en innovación tecnológica (% de presupuesto que se invierte en innovación tecnológica)
- Asegurar retroalimentación a clientes (% de comunicaciones, quejas y sugerencias atendidas y resueltas)
- Fidelizar la clientela (se desarrolla un programa de fidelización / mantiene contacto post experiencia con el usuario / actúa en redes sociales web / ofrecen descuentos a repetidores {SI/NO})
- Insuficiente utilidad económica del negocio de TAC
  - Minimizar los costes operativos (% del coste de suministros sobre el total; % de costes fijos sobre el total; costes variables de explotación por usuario).
  - Minimizar los costes de intermediación (% pagado como tasa de intermediación sobre el ingreso bruto anual por usuario, sobre beneficio neto medio anual por usuario)
- Estacionalidad de visitas turísticas
  - Minimizar la estacionalidad (se promueve oferta fuera de temporada alta / diseña oferta específica para demanda fuera de temporada {SI/NO}).<sup>70</sup>
- Insuficiente atractivo y motivación al viaje
  - Maximizar la motivación turística (perfil y nº de usuarios que visitan el destino motivados principalmente por la experiencia TAC).
  - Promover el turismo local (se cuenta con oferta específica para la demanda local {SI/NO}; % de demanda de origen local)
- Insuficiencia de la iniciativa empresarial y profesional local en turismo sostenible (TAC y oferta de clúster participante)
  - Favorecer la actividad continuada (nº de años de actividad continuada)
  - Favorecer la emprendeduría y la formación de red comercial y social sobre turismo sostenible (se participa en ferias, congresos, reuniones, eventos y publicaciones especializadas {SI/NO})
  - Promover la planificación estratégica con objetivos a largo plazo (se cuenta con un plan de estrategia de sostenibilidad y competitividad turística {SI/NO})

<sup>70</sup> Indicador complementario: variación de tasas de ocupación de embarcaciones, de ocupación de instalaciones, de servicio de profesionales, sobre media anual de capacidad máxima



## ANEXO XI SISTEMA DE INDICADORES (MACRO)

---

### Principio de sostenibilidad

#### X# Criterio

- Origen del impacto negativo que se pretende evitar o del impacto positivo que se pretende reforzar
  - Objetivo (indicadores)

### Minimizar el impacto ambiental negativo (sostenibilidad ambiental)

#### A1. Minimización de la huella medioambiental

- Presión sobre los recursos naturales, contaminación y degradación del medio.
  - Minimizar el consumo de agua (litros consumidos por usuario y día de actividad)
  - Minimizar el consumo de energía eléctrica (KW/h consumidos por usuario y día de actividad)
  - Minimizar el consumo de combustible (litros consumidos por usuario y día de actividad)
  - Maximizar el uso de fuentes renovables de energía para operaciones y la gestión empresarial (% de energía procedente de fuentes renovables sobre el consumo total expresado en KW/h o su coste económico)
  - Maximizar el uso de productos biodegradables, orgánicos o biológicos para operaciones y gestión empresarial (% medio de productos biodegradables usados).
  - Minimizar la producción de desechos líquidos (KG de residuos químicos por usuario y día de actividad)
  - Minimizar la producción de residuos sólidos (KG de residuos sólidos por usuario y día de actividad)
  - Minimizar las emisiones gaseosas tóxicas (ppm por usuario y día de actividad)
  - Minimizar la huella de carbono (TM<sup>3</sup> emitidas de CO<sub>2</sub> por usuario y día de actividad)
  - Minimizar la producción de ruidos y vibraciones (nivel medio de

ruido producido por actividad TAC en zona de avistamiento; nivel medio de ruido no natural soportado por visitante en un día de actividad; % de empresas con sistema anti-cavitación en embarcaciones)

- Maximizar la reutilización de productos consumidos (% de productos reutilizables sobre el total, % medio del grupo de empresas TAC)
- Maximizar el reciclado de desechos producidos (% de puertos que cuentan con depósitos, % de empresas que cubren la necesidad de un sistema de tratamiento de residuos; % de desechos reciclados sobre el total producido)
- Minimizar impacto visual de instalaciones y equipamiento (% de instalaciones respetan el entorno y están construidas con materiales locales)

## A2. Integración y sistematización de buenas prácticas medioambientales

- Déficit de integración de buenas prácticas de gestión medioambiental.
  - Cumplimiento de la legislación medioambiental en el ámbito de la oferta turística (% de empresas que responde a la exigencia de realizar EIA / cumple con la normativa medioambiental vigente / dispone del equipamiento necesario para tratamiento de desechos y residuos en tierra).
  - Promover el conocimiento de los principios de sostenibilidad medioambiental (% de participantes del clúster que comunican internamente las normas de conducta con animales / buenas prácticas de gestión medioambiental; % integrantes del clúster que participan en formación en biodiversidad de cetáceos y conservación del medio marino)
  - Incorporación sistemática de prácticas de sostenibilidad medioambiental (% de integrantes de clúster que incorporan políticas / manuales / sistemas de monitoreo / certificaciones de gestión medioambiental en sus operaciones; % de empresas con iniciativas de compensación de gases de efecto invernadero; % de empresas que ofrece transporte colectivo a trabajadores / usuarios)
  - Innovación en eco-tecnologías (% de empresas que implementan motorización limpia / generadores fotovoltaicos / aerogeneradores / cocinas solares / dispositivos para minimizar ruido / protectores de hélices / difusores de grifos / bombillas de

bajo consumo; % medio del presupuesto anual destinado a adquirir tecnologías eco-eficientes)

## Minimizar el impacto sociocultural negativo (sostenibilidad social)

### S1. Incorporación y sistematización de prácticas de sostenibilidad sociocultural

- Insuficiente divulgación de prácticas de responsabilidad social y turística
  - Maximizar la divulgación de los riesgos, el marco legal vigente para la oferta TAC y las normas de conducta en presencia de animales (% de empresas que incorporan la temática en sus comunicaciones internas, programa interpretativo y publicitario; n° anual de acciones divulgativas, n° de participantes; tirada de material impreso, impacto publicitario)
  - Maximizar la difusión interna y externa de prácticas de turismo responsable (% de empresas que incorporan la temática en sus comunicaciones internas, programa interpretativo y publicitario; n° de acciones desarrolladas al año, n° de empresas participantes, tirada, impacto publicitario)
  - Maximizar la difusión de prácticas de sostenibilidad turística (% de empresas que divulgan los logros alcanzados en sostenibilidad)
  - Promover la adopción de prácticas de sostenibilidad en empleados y usuarios (% de empleados que adoptan personalmente criterios de sostenibilidad; n° de certificados “*turista responsable*” otorgados).
- Insuficiente incorporación de los cetáceos y el medio natural marino a la idiosincrasia y la identidad cultural de la población local
  - Asegurar que se incorporan elementos de la realidad y la identidad cultural relacionadas con los cetáceos y su hábitat otro patrimonio cultural afín a la oferta e instalaciones y equipamiento turístico usado (% de empresas que incorpora elementos de la cultura local relacionados con cetáceos y su hábitat a la oferta a través de imagen publicitaria / programa de interpretación / gastronomía / instalaciones / equipamiento / dotaciones del personal).
  - Dinamización cultural (n° anual de eventos de tipo cultural que giran en torno al tema de los cetáceos y el medio marino, participación, n° anual de publicaciones, impacto publicitario).

- Insuficiente integración de la cultura local en la oferta turística
  - Incorporar elementos de la realidad y de la identidad cultural al desarrollo de la oferta (% de empresas que incorpora elementos de cultura tradicional del destino a la oferta a través de imagen publicitaria / programa de interpretación / gastronomía / instalaciones / equipamiento / dotaciones del personal).
- Condiciones desfavorables de contratación y del mercado laboral
  - Asegurar una buenas condiciones de contratación y laborales (% de trabajadores con contrato; % de salarios por encima del salario mínimo; % de trabajadores con cobertura socio-sanitaria a cargo de la empresa; media anual de horas de trabajo diario; media de días de vacaciones al año; % trabajadores asalariados con contrato fijo; continuidad media en el puesto de trabajo; % de trabajadores que considera la calidad del clima laboral por encima de la media; % de empresas con sistemas participativos de gestión; % de empresas que realiza u ofrece capacitación y formación continua a sus trabajadores; nº anual de casos de denuncia por abusos laborales)
  - Minimizar los casos de discriminación en la contratación de personal (% de empresas con paridad laboral; % de empresas con participación femenina acorde a datos demográficos en el sector, en la población; nº anual de casos de denuncia por discriminación).
- Déficit en la incorporación de pequeños actores (MPYME) sostenibles en el encadenamiento comercial de operaciones y de gestión empresarial
  - Maximizar la integración de productos y servicios sostenibles en el desarrollo de la oferta turística y la gestión empresarial (% de negocio contratado con empresas y profesionales que presentan certificación de sostenibilidad)
- Participación deficitaria en la toma de decisiones
  - Asegurar que el definido como “clúster TAC” representa de la mejor manera posible los intereses de la comunidad de destino (% de actores y colectivos integrantes del clúster que están representados en los grupos de toma de decisiones; % de empresas operadoras de TAC que forman parte del clúster).
  - Asegurar que la toma de decisiones se realiza consensuando la mayoría de los intereses participantes (% de asistencia media a reuniones convocadas, sobre el total de representantes convocados).

- Déficit de acciones de desarrollo local, dinamización socioeconómica y cultural relacionadas con los cetáceos, la biodiversidad marina y el TAC.
  - Consolidar una participación continuada (% medio de beneficios empresariales que son reinvertidos en los recursos naturales y en la comunidad; % de integrantes del clúster TAC que participa / de financiación privada que aporta a proyectos y actuaciones de gestión y conservación medioambiental / gestión y promoción turística / dinamización cultural / rescate de tradiciones / talleres de profesionalización; % de empresas que publicitan los proyectos en los que toma parte y divulgan sus resultados ; % de presupuesto público dedicado).
- Tratamiento de la demanda local
  - Desventaja en el acceso a la oferta por parte de los residentes (% de empresas que ofrecen descuentos a usuarios residentes)
- Exclusión social
  - Asegurar la integración de segmentos en riesgo de exclusión social: mujeres, mayores, otros (% de empresas que adoptan estudiantes y jóvenes en prácticas; % de empresas que contratan discapacitados; % de empresas que desarrollan oferta para segmentos en riesgo de exclusión; % de empresas que participan o colaboran en proyectos o eventos de integración social)
- Percepción de la presión turística
  - Minimizar la percepción negativa del TAC (% de miembros de comunidad local que perciben el nivel de presión- seguridad, carestía de la vida, degradación del medio, ocupación del territorio - atribuido al TAC como negativo; % de miembros de comunidad local que expresan deseo de aumentar la actividad turística de TAC; % de usuarios de TAC sobre población local).<sup>71</sup>
- Presión sobre la provisión de servicios básicos a la comunidad local <sup>72</sup>
  - Asegurar que el impacto del desarrollo turístico en torno al TAC no afecta a la provisión y coste de los servicios básicos de la comunidad local (% incremento anual de costes de suministros, tratamiento de residuos, impuestos locales, cesta básica de la compra)
- Déficit de implantación sistemática de prácticas de sostenibilidad
  - Promover la adopción de políticas y prácticas de sostenibilidad (% de empresas que adopta políticas o se adhiere a programas contra la explotación de mujeres y niños / venta de productos

<sup>71</sup> Indicador complementario: tasa anual de relación “visitantes TAC - población local”.

<sup>72</sup> No aplicable estrictamente al caso de Canarias.

ilegales / comercio de especies protegidas / exclusión social de grupos de riesgo y minorías / comercio justo / no discriminación / accesibilidad / espacio libre de humo / espacio sin ruidos / conciliación laboral).

- Favorecer la implantación sistemática de prácticas de sostenibilidad (% de integrantes de clúster que incorporan sistemas o certificaciones de sostenibilidad)

## Asegurar la viabilidad económica largo plazo y maximizar la utilidad económica (sostenibilidad económica)

### E1. Integración de la iniciativa profesional y empresarial local

- Déficit en la incorporación de producción local de productos en las operaciones y la gestión empresarial
  - Maximizar la integración de productos y servicios locales en el desarrollo de la oferta turística y la gestión empresarial (% medio de necesidades de catering que son cubiertas con producción local; % medio de presupuesto de negocio contratado con empresas y profesionales locales)
  - Maximizar la contribución del TAC al empleo local (% de empleados con residencia permanente local, % de sueldos pagado a personal local)
- Déficit en la incorporación de actores locales en las actuaciones de investigación, conservación y gestión medioambiental y turística
  - Maximizar la participación de actores locales (% de presupuesto contratado con empresas y profesionales locales; % de proyectos y acciones planificados o desarrollados con personal mayoritariamente local; % de empresas operadoras de TAC que participan en proyectos de conservación e investigación, % de empresas y profesionales participantes del clúster que colaboran con las DMO locales).
  - Asegurar el impulso de la empresa local (% de recursos financieros aportados por la empresa privada del clúster TAC sobre presupuesto / gastos anuales de gestión medioambiental /turística)

### E2. Calidad de oferta y de servicio turístico



- Expectativas del usuario potencial
  - Asegurar que no se generan expectativas poco realistas (% de empresas que ofrecen información comercial correcta, cierta y realista)
- Seguridad, salubridad y accesibilidad turística
  - Minimizar el riesgo en el desarrollo de las actividades (% de embarcaciones / instalaciones / entornos que están dotados con medidas y equipamientos necesarios para garantizar la seguridad turística; % de empresas que cuentan con un manual o protocolos de seguridad en operaciones; % de empresas que asegura un adecuado nivel de higiene durante el desarrollo de la oferta; % de empresas que cuenta con manual o protocolos de salubridad en el manejo de alimentos; % de empresas que divulgan las normas de seguridad en la oferta)
  - Asegurar una plena accesibilidad turística en infraestructura e instalaciones (% de embarcaciones / instalaciones / entornos utilizados en la oferta que están dotados con medidas y equipamientos de accesibilidad turística)
- Deficitaria calidad en el desarrollo de la experiencia
  - Asegurar un nivel elevado en la calidad de la experiencia (media anual de accidentes e incidentes negativos ocurridos; % de embarcaciones, instalaciones, entornos con equipamiento adecuado cuentan con equipamiento y dotaciones adecuados para asegurar el disfrute de la oferta turística; capacidad media de embarcaciones en producto “eco”; tamaño medio de grupos por guía; tiempo medio de avistamiento, % de salidas sin avistamiento; % de tiempo usado para transporte al punto de salida; % de demora hasta primer avistamiento; % de profesionales que entran en contacto con el usuario y cuentan con capacitación adecuada; % de empresas con programa de interpretación medioambiental, % de empresas que provee información específica para segmentos infantiles / extranjeros / discapacitados).
- Pobre nivel de satisfacción del usuario
  - Asegurar un elevado nivel de satisfacción del usuario en su experiencia turística (% de usuarios que expresan satisfacción por la experiencia vivida / relación calidad-precio / expectativas cubiertas / intención de recomendar / intención de repetir; nº anual de quejas y reclamaciones interpuestas por clientes; % de quejas y reclamaciones resueltas; ratio de valoración de la experiencia, de la empresa / del destino / por encima del

promedio; % de visitantes que expresan como elementos destacados de la experiencia la comodidad / la profesionalidad / la calidad de atención / la originalidad / la autenticidad / la diversidad; % de visitantes que expresan percepción de bajo nivel de capacitación; ejemplo de indicador compuesto: relación “grado de satisfacción – tamaño de grupos, nº de embarcaciones presentes” o relación “personas que destacan la sostenibilidad de la oferta – intención de recomendar, repetir”;

- Asegurar retroalimentación a clientes (% de comunicaciones, quejas y sugerencias atendidas y resueltas)
- Escasa diferenciación de producto y desaprovechamiento de los recursos turísticos integrables en la oferta TAC
  - Favorecer la diversificación y la especialización de la oferta turística (diversidad de productos y paquetes turísticos articulados con el TAC)
- Impacto visual negativo del entorno
  - Asegurar que la experiencia se desarrolla en adecuadas condiciones del entorno (nº medio diario de embarcaciones presentes al tiempo en un mismo área de avistamiento; % tiempo de actividad en terreno que se desarrolla en áreas naturales protegidas; % de costa urbanizada en áreas de actividad; % de tiempo de desarrollo de oferta que transcurre en entorno no urbano.)
- Inexistencia de un sistema de calidad turística
  - Maximizar la implantación de un sistema de pautas, normas o requisitos para asegurar la calidad turística en la operación (% de empresas que han implementado un sistema de calidad en la operación; % de profesionales especialistas que poseen un certificado de reconocimiento de calidad turística).

### E3. Competitividad en la gestión pública del espacio y los recursos turísticos naturales

- Déficit de conocimiento científico de los recursos naturales y su hábitat:
  - Mejorar el conocimiento de las poblaciones de cetáceos a través de estudios de investigación de sus características biológicas, estructura, abundancia, distribución y estacionalidad de la población y de monitoreo de sus condiciones (% de área de costa investigado, % de área de distribución incluido en

planes de investigación y monitoreo; nº anual de proyectos dedicados; nº de individuos foto-identificados)

- Impacto de la actividad de TAC en el mar (estrés, enfermedad, intoxicación y debilitamiento de los animales, cambios en las pautas de comportamiento, cambios en la distribución geográfica, desaparición de la población).
  - Evitar la sobreexplotación y adecuar la intensidad de la actividad a los ciclos biológicos de las poblaciones (indicadores de comportamiento, indicadores de las condiciones, abundancia, estructura y distribución de las poblaciones de cetáceos / tasa de reproducción. Indicadores de apoyo: nº medio de embarcaciones en presencia de animales; nº de horas de actividad diaria; nº de días de actividad anual).
  - Minimizar la emisión de ruidos en presencia de animales (nivel medio de ruido durante un encuentro TAC)
  - Minimizar el incumplimiento de las normas de conducta con animales (nº anual de casos denunciados de infracciones y maniobras abusivas)
  - Asegurar la operación con conocimiento de las normas de conducta (% de empresas que comunican internamente las normas de conducta con animales al personal)
- Déficit de interés por los recursos, su valor, su necesidad y sobre los esfuerzos de conservación.
  - Maximizar el impulso divulgativo entre la población visitante y local (% de empresas de TAC que implementan programa educativo en su oferta; nº anual de acciones y proyectos educativos y divulgativos desarrollados, % de integrantes del clúster que participan, impacto publicitario)
  - Maximizar el interés por conocer y experimentar los recursos naturales y el medio natural marino (% anual de visitantes que participan en una experiencia relacionada con cetáceos; % anual de residentes que participan en una experiencia relacionada con cetáceos; % anual de residentes sobre el total de usuarios TAC % de usuarios de oferta TAC eco-turística y educativa sobre el total de oferta TAC; nº de participantes locales, visitantes en acciones y proyectos educativos y divulgativos desarrollados sobre los valores de los recursos y su necesidad de protección).
- Protección de los recursos naturales y su hábitat.
  - Insuficiente definición de normas para la minimización del impacto medioambiental (% de la oferta turística en torno al

- o programa de desarrollo de TAC que cuenta con un código de buenas prácticas, normas de sostenibilidad, sello de mínimo impacto o similares).
  - o Asegurar que embarcaciones, zonas portuarias, instalaciones y entornos costeros usados ofrecen las características y condiciones necesarias para asegurar un mínimo impacto medioambiental (% de embarcaciones, instalaciones que dispone de EIA, cumple la normativa medioambiental vigente, dispone del equipamiento necesario para tratamiento de desechos y residuos; % de edificaciones que respeta el entorno y está construido con materiales locales. Indicador complementario: % de urbanización de costas anexas a áreas marinas protegidas).
  - o Asegurar un status suficiente de protección a las zonas de distribución de los cetáceos (% de áreas marinas de distribución de los cetáceos / áreas costeras anexas, que cuentan con algún nivel de protección).
- Impacto de la interacción de otra actividad antropogénica con los recursos y su hábitat natural: estrés, enfermedad, intoxicación, heridas y muerte, provocados a los animales por colisiones, accidentes ambientales, emisiones, vertidos, capturas accidentales, otra interacción.
  - o Minimizar el impacto negativo de otra actividad (nº anual de animales heridos o muertos por colisiones, enmallamientos y capturas accidentales; nº anual de varamientos).
  - o Minimizar la degradación del hábitat por contaminación del agua, empobrecimiento de los fondos marinos, presencia de especies invasoras (indicadores de las condiciones del agua, de los fondos marinos y del equilibrio eco-sistémico, por ejemplo, cantidad de elementos contaminantes – PCB- en piel de cetáceos )<sup>73</sup>

#### E4. Competitividad en la gestión pública de la actividad turística

- Insuficiente aprovechamiento de las capacidades de servicio turístico
  - o Maximizar el aprovechamiento de los atractivos turísticos (% de patrimonio turístico incluido en el programa TAC aprovechado en la oferta turística; distribución % de visitas; % de visitantes

<sup>73</sup> Indicadores complementarios: km de litoral urbanizado, nº de emisarios por km de costa, en área de distribución, volumen anual del tráfico marítimo, nº de amarres y atraques por km de litoral,

- que visitan más de un destino).
  - Maximizar el aprovechamiento de la capacidad de la oferta turística con una actividad continuada (tasas de ocupación de embarcaciones / de instalaciones / de servicio profesional, sobre media anual de capacidad máxima; distribución estacional de visitas).
- Capacitación profesional
  - Maximizar el adecuado nivel de capacitación en los profesionales (% de profesionales / empleados participantes que cuenta con la titulación o capacitación adecuada al puesto o función que desempeña; % de empresas que evalúan el desempeño profesional de sus empleados)
- Infraestructura y equipamientos deficitarios
  - Asegurar que instalaciones y entornos de uso público (puertos, instalaciones, senderos) cuentan con equipamiento adecuados (% de instalaciones y entornos de uso público cuenta con señalética / sistemas informativos / equipamiento para emergencias / prevención de riesgos / depósitos para desechos / instalaciones sanitarias).
- Competitividad del precio
  - Maximizar la rentabilidad de la actividad (coste o sobrecoste que el usuario está dispuesto a asumir por participar en la experiencia turística).
- Insuficiente calidad empresarial
  - Mantenimiento deficitario de la infraestructura y equipamiento usados en la oferta (% de empresas que cuentan con manual o protocolo de mantenimiento {SI/NO}; % de usuarios que expresan insatisfacción por el estado de las instalaciones, entornos y equipamiento usado durante la experiencia)
  - Sistematización en la gestión (% de empresas que incorporan sistema de gestión de reservas / sistema contable y financiero / manual de procesos administrativos y gestión interna / manual de compras)
  - Incorporar comunicaciones sistemáticas y continuadas en la gestión (% de empresas que ofrece reuniones periódicas con el personal, emite boletines informativos)
  - Conocer el perfil y los gustos de la demanda (% de empresas lleva registro de clientes / estadísticas de visitas / encuestas de satisfacción / implementa un sistema de quejas y sugerencias;

- realiza un análisis periódico de resultados)
  - Conocer el mercado (% de empresas que realiza estudios periódicos de la competencia, está suscrita a boletines informativos del sector)
  - Desarrollar un encadenamiento comercial específico a la oferta (% de empresas que contratan con intermediarios especializados en turismo de naturaleza, rural, activo o similar; % de demanda atendida a través de intermediarios especializados)
  - Abordar mercados internacionales (% de empresas con publicidad en varios idiomas, % de empresas que colabora con empresas u organizaciones extranjeras)
  - Asegurar la disposición de material informativo y educativo adecuado y actualizado (% de empresas que cuenta con suficiente, adecuado y actualizado material informativo y educativo)
  - Asegurar la calidad (% de empresas que cuentan con sellos de calidad de gestión, calidad turística, calidad de servicio).
  - Invertir en innovación tecnológica (% de presupuesto que se invierte en innovación tecnológica en el clúster TAC)
  - Fidelizar la clientela (% de empresas que desarrollan un programa de fidelización, % de empresas que mantiene contacto post experiencia con el usuario; % de empresas activas en redes sociales web; ofrece descuentos a repetidores)
- Insuficiencia de la iniciativa empresarial y profesional local en turismo sostenible (TAC y oferta de clúster participante)
  - Favorecer la inversión local (nº de empresas con capital mayoritariamente local)
  - Favorecer la actividad continuada (nº medio de años de actividad continuada para empresas y profesionales)
  - Favorecer la emprendeduría y la formación de red comercial y social sobre turismo sostenible (% de empresas y profesionales que participa en ferias, congresos, reuniones, eventos y publicaciones especializadas)
  - Promover la planificación estratégica con objetivos a largo plazo (% de empresas que cuenta con un plan de estrategia de sostenibilidad y competitividad turística {SI/NO})
  - Asegurar un equilibrio de inversión foránea – local (% de inversión privada local sobre el total del sector TAC)

- Estacionalidad de visitas turísticas
  - Minimizar la estacionalidad (distribución anual del % de ocupación en establecimientos alojativos; % de empresas que promueve oferta fuera de temporada alta, diseña oferta específica para demanda fuera de temporada).<sup>74</sup>
- Insuficiente atractivo y motivación al viaje
  - Maximizar la motivación turística (perfil y nº de usuarios que visitan el destino motivados principalmente por la experiencia TAC).
  - Promover el turismo local (% de empresas que ofrece descuentos a usuarios residentes; % de de empresas que cuenta con oferta específica para la demanda local; % de demanda de origen local)
- Aportación insuficiente del TAC a la generación de ingresos y empleo turístico en destino.
  - Minimizar los costes operativos (distribución de costes por usuario del presupuesto de gestión pública de los recursos).
  - Minimizar los costes de intermediación (% pagado como tasa de intermediación sobre el ingreso bruto anual por usuario, sobre beneficio neto medio anual por usuario)
  - Maximizar la contribución del TAC a la generación de recursos y empleo turístico; contribución económica del TAC al VAB turístico del destino, contribución del sector de actividad de TAC al empleo turístico regional)
  - Maximizar el gasto turístico (tasa de relación entre el gasto medio diario del usuario TAC y el gasto medio diario turístico del destino; % de usuarios TAC con gasto medio diario por encima del general del destino)
- Competencia desleal e intrusismo
  - Minimizar la falta de observancia y cumplimiento de la normativa legal a través de un servicio de inspección (media diaria del nº de horas de presencia de vigilancia en las áreas de avistamiento; volumen de actividad ilegal en las áreas de avistamiento; nº anual de casos detectados o denunciados por competencia desleal e intrusismo)
- Mercado laboral
  - Mejorar las condiciones de trabajo (% de trabajadores con contrato temporal; % de trabajadores con sueldos por encima

<sup>74</sup> Indicador complementario: variación de tasas de ocupación de embarcaciones, de ocupación de instalaciones, de servicio de profesionales, sobre media anual de capacidad máxima

de la media)

- Clima de negocio
  - Mejorar la perspectiva general de dinamización socioeconómica (% de participantes del clúster TAC con perspectivas de desarrollo empresarial o profesional por encima de la media)

#### E5. Competitividad de gestión pública

- Condicionantes de gobernanza sectorial
  - Asegurar una gestión planificada (% anual de acciones y proyectos llevados a cabo fuera de planificación inicial)
  - Asegurar una gestión continuada (nº de proyectos a medio-largo plazo planificados, realizados).
  - Asegurar una gestión fluida (tiempos de respuesta en las tramitaciones, las resoluciones y las comunicaciones administrativas)
  - Asegurar una gestión efectiva (% de casos de denuncia y de recursos administrativos resueltos efectivamente; % de actuaciones estratégicas finalizadas en plazo)
- Inexistencia de visión de largo plazo
  - Asegurar la existencia de una planificación estratégica con objetivos a largo plazo (el clúster TAC cuenta con un plan de estrategia de sostenibilidad y competitividad turística; % de integrantes del clúster TAC que cuentan con una estrategia de largo plazo)



## ANEXO XII MODELO DE FICHA METODOLÓGICA DE INDICADORES

<b>Criterio a que se adscribe el indicador</b> (sostenibilidad medioambiental, socioeconómica, sociocultural, calidad de oferta, competitividad empresarial, competitividad de gestión)	<b>Número del indicador</b>
<b>Tipo de indicador</b> (estado, presión, respuesta)	<b>Rango</b> (clave, complementario)
<b>Nombre</b>	
<b>Breve descripción y significado</b>	
<b>Relevancia o pertinencia</b> desde la perspectiva de la competitividad y sostenibilidad del TAC y de su aportación a la competitividad y sostenibilidad turística	
<b>Alcance</b> (lo que mide o muestra)	
<b>Limitaciones</b> (lo que no mide o muestra y que puede suponerse contenido en el indicador)	
<b>Fórmula</b> operaciones y procesamiento de las variables que componen el indicador, expresando la unidad de medida en que se expresa.	
<b>Definición de las variables que componen el indicador:</b> generalmente se adopta la definición de la institución que produce el dato.	
<b>Territorio a que se aplica el indicador:</b> puede abarcar distintas escalas, o incluso una combinación de ellas. En todo caso, debe especificarse la cobertura de las variables que lo componen (local, regional, nacional).	
<b>Fuente de datos y sus datos de contacto</b>	
<b>Disponibilidad de los datos (cualitativo):</b> se refiere a la mayor o menor facilidad para acceder sistemáticamente a los datos, más allá de que se encuentren formalmente producidos. Por ejemplo, puede decirse “Plenamente disponible en formato físico o electrónico”, “Disponible en forma restringida a organismos públicos”, “Dato primario disponible en encuesta de hogares, pero requiere procesamiento ulterior para generar la información requerida”, o “Información reservada”.	
<b>Credibilidad de los datos</b> (objetividad y consistencia en la producción de datos)	
<b>Comparabilidad de los datos</b> (en tiempo, espacio, escala)	
<b>Periodicidad de actualización de los datos</b> (compilación, registro y publicación de datos).	
<b>Coordinación para la obtención y comunicación de datos:</b> requisitos imprescindibles de flujo de información público-privada, desde la fuente de datos hasta el equipo gestor de los indicadores (coordinación, suscripción de convenios, motivación en los niveles técnico y político, otras acciones necesarias para disponer de los datos de forma sistemática).	

**Relación del indicador con objetivos de política de sostenibilidad turística, social o medioambiental:** políticas, metas, normas de calidad o líneas de base relacionadas con el indicador y cuya evolución pueda evaluarse en el tiempo. Debe explicitarse la utilidad que presta la información proporcionada por el indicador para la toma de decisiones en materia de políticas públicas.

**Relevancia para la toma de decisiones**

**Relevancia para la participación de actores:** si se establece como objetivo promover la participación más informada de la ciudadanía o de cualquier grupo de actores, debe identificarse la manera en que el indicador contribuye a ese fin.

**Representación gráfica**

**Escala de interpretación del gráfico:** incluyendo parámetros de evaluación del indicador

**Descripción del gráfico** incluyendo breve referencia a las implicaciones y retos que representa el comportamiento del indicador

**Serie de tiempo disponible hasta la fecha y valores**

**Tabla de datos base:** Incluir, si se conocen, los datos base que componen el indicador, en formato electrónico.

**Persona y entidad responsable del cálculo y difusión del indicador.**

**Difusión de los resultados:** incluyendo formato de publicación de los indicadores (soporte material o electrónico), las bases de datos construidas con ellos y su forma de acceso.

**Fecha de elaboración y actualización de la ficha metodológica**

Adaptado de Indicadores Económicos de Turismo (CEPAL).

## ANEXO XIII PRESENCIA EN INTERNET

### EMBARCACIÓN - OPERADORES DE TAC CON PRESENCIA WEB

ISLA	EMBARCACIÓN	EMPRESA	DIRECCIÓN
La Palma	Fancy II	Charter María S.L.	<a href="http://www.la-palma24.net/fancy/es/index.htm">www.la-palma24.net/fancy/es/index.htm</a>
	Ascensión Del Señor, Triana	Océano Gomera	<a href="http://www.oceano-gomera.com">www.oceano-gomera.com</a>
La Gomera	Tina III	Excursiones Tina	<a href="http://www.excursiones-tina.com">www.excursiones-tina.com</a>
Tenerife	Flipper1, Free Willy, Marina Princess II	Agua Azul	<a href="http://www.flipperuno.com">www.flipperuno.com</a>
	Bonadea 2	Bonadea	<a href="http://www.bonadea2catamaran.com">www.bonadea2catamaran.com</a>
	Eden-Eden	Eden-Eden	<a href="http://www.edencatamaran.com">www.edencatamaran.com</a>
	Freebird One, One For You		<a href="http://www.freebirdone.com">www.freebirdone.com</a>
	Katrin	Heiko E. Kuschnick	<a href="http://www.rmc-international.com/katrinenglish.htm">www.rmc-international.com/katrinenglish.htm</a> <a href="http://www.dolphinwhalewatch.com">www.dolphinwhalewatch.com</a>
	Lady Shelley	Marenostrum Resort	<a href="http://www.ladyshelley.com">www.ladyshelley.com</a>
	Shogun, Peter Pan	Neptuno Sea Company	<a href="http://www.barcostenerife.com">www.barcostenerife.com</a>
	Marhaba	Marhaba	<a href="http://www.navegarencanarias.com/marhaba.htm">www.navegarencanarias.com/marhaba.htm</a>
	Gladiator U, Nashira Uno	Marítima Acantilados	<a href="http://maritimaacantilados.com">http://maritimaacantilados.com</a>
	Le Montecarlo, Jolly Roger, Bahriyeli	Mar de Ons	<a href="http://www.mardeons-tenerife.com">www.mardeons-tenerife.com</a>
	Maxicat	Puerto Costa	<a href="http://www.maxicat.com">www.maxicat.com</a>
Sky Warrior, Ocean	Ocean Explorer	<a href="http://www.ocean-explorer.net">www.ocean-explorer.net</a>	

	Warrior		
	Royal Delfín	Royal Dolphin	<a href="http://www.tenerifedolphin.com/royal-delfin/es">www.tenerifedolphin.com/royal-delfin/es</a>
	Son Calió		<a href="http://www.todotenerife.es">www.todotenerife.es</a>
	Whale Adventure	Whale Adventure SL.	<a href="http://www.top10tenerife.com/es/whaleadventurtenerife.html">www.top10tenerife.com/es/whaleadventurtenerife.html</a>
	Travellin' Lady	J. R. Vergara	<a href="http://www.todotenerife.es">www.todotenerife.es</a>
	Bello Horizonte	J. M. Chinaa	<a href="http://www.milanuncios.com">www.milanuncios.com</a>
Gran Canaria	Multiacuatic	Multiacuatic	<a href="http://www.dolphinwhales.es">www.dolphinwhales.es</a>
	Salmon VI	Líneas Salmon	<a href="http://www.lineassalmon.com">www.lineassalmon.com</a>
	Spirit Of The Sea	J. Zaera	<a href="http://www.dolphin-whale.com">www.dolphin-whale.com</a>
	Supercat	Excursiones Sol y Mar S.L.	<a href="http://www.magic-paradise.eu">www.magic-paradise.eu</a> <a href="http://www.canary-island.com/gc/00_spa/clients/supercat/supercat.html">www.canary-island.com/gc/00_spa/clients/supercat/supercat.html</a>

## OTRA OFERTA TAC Y EXCURSIONES MARÍTIMAS EN INTERNET

ISLA	EMBARCACIÓN	EMPRESA	DIRECCIÓN
La Palma	Bussard	Bussard Excursiones	<a href="http://www.bussard.es">www.bussard.es</a>
La Gomera	Papagei	Axel Frenzel	<a href="http://www.ship-papagei.de">www.ship-papagei.de</a>
Tenerife	Lina (x2)	Lina Yacht	<a href="http://linayacht.com">http://linayacht.com</a> ; <a href="http://www.dotsyto.com">www.dotsyto.com</a>
	Poker Chip, Medline III		<a href="http://pokerchipcharter.com">http://pokerchipcharter.com</a>
	The Rib Talk with Dolphins	Atlantic Whale Foundation	<a href="http://www.canarynature.com/category_details.asp?id=82">www.canarynature.com/category_details.asp?id=82</a>
	Paola	C. Buceo Los Gigantes	<a href="http://www.losgigantesmarina.com/dolphins_los_gigantes/los_gigantes_dolphins.htm">www.losgigantesmarina.com/dolphins_los_gigantes/los_gigantes_dolphins.htm</a>

Gran Canaria	Seaquest	Félix Palmero	<a href="http://www.surfrental.eu/boattrips-surf.aspx?lang=ES">www.surfrental.eu/boattrips-surf.aspx?lang=ES</a>
	Magic II	Excursiones Sol y Mar S.L.	<a href="http://www.magic-paradise.eu">www.magic-paradise.eu</a>
	Sea Observer	s.d.	<a href="http://www.seaobserver.com">www.seaobserver.com</a>
	Afrikat	Afrikat	<a href="http://www.afrikat.com">www.afrikat.com</a>
	Mermaid	Sailitrips.dk	<a href="http://www.sailingtrips.dk">www.sailingtrips.dk</a>
	Alcor IV	s.d.	<a href="http://www.alcor-iv-fishing.com">www.alcor-iv-fishing.com</a>
	Exploramar	Exploramar	<a href="http://exploramarfishing.com">http://exploramarfishing.com</a>
	Tauro	Tauro Cruises S.L.	<a href="http://www.taurocruisescanarias.com">www.taurocruisescanarias.com</a>
	White Marlin	Canary Sport Fishing S.L.	<a href="http://www.white-marlin.com">www.white-marlin.com</a>
	Bahia Cat	s.d.	<a href="http://www.bahiacat.com">www.bahiacat.com</a>
Fuerteventura	Magic, Paradise	Excursiones Sol y Mar S.L.	<a href="http://www.magic-paradise.eu">www.magic-paradise.eu</a>
	Celia Cruz	Carbasant S.L.	<a href="http://www.fuerteventura.net/celiacruz/index-in.html">www.fuerteventura.net/celiacruz/index-in.html</a>
	Isla Lobos	Grupo Lobos	<a href="http://www.islalobos.es">www.islalobos.es</a>
Lanzarote	Biosfera Express	Biosfera Express	<a href="http://www.biosferaexpress.com">www.biosferaexpress.com</a>
	Cat Lanza	Catlanza S.L.	<a href="http://www.catlanza.com">www.catlanza.com</a>
	Ocean Catt	s.d.	<a href="http://www.oceancatt.com">www.oceancatt.com</a>
	Bolina (4)	Bolina Sail Co	<a href="http://www.bolinasailco.com">www.bolinasailco.com</a>
	Otros		<a href="http://www.costa-adeje.es">www.costa-adeje.es</a>  <a href="http://www.grancanariaonline.com">www.grancanariaonline.com</a> ; <a href="http://www.tenerifewatersports.com">www.tenerifewatersports.com</a>  <a href="http://www.excursiones-barco-fuerteventura.com">www.excursiones-barco-fuerteventura.com</a>  <a href="http://www.canaryinfo.com">www.canaryinfo.com</a>

## RESULTADOS DE BÚSQUEDA

PALABRAS DE BÚSQUEDA (CASTELLANO)	RESULTADOS
Delfines Canarias	130.000
Ballenas Canarias	108.000
Cetaceos ( <i>sic</i> ) Canarias	99.500
Cetáceos Canarias	55.000
Whale watching Canarias	45.100
Observacion cetaceos ( <i>sic</i> ) Canarias	29.600
Observación cetáceos Canarias	27.500

PALABRAS DE BÚSQUEDA (ALEMÁN)	RESULTADOS
Delfine Kanarische Inseln	15.400
Delfine Kanaren	88.300
Wale Kanarische Inseln	59.100
Wale Kanaren	1.320.000
Cetaceen Kanarische Inseln	760
Cetaceen Kanaren	1.390
Whale watching Kanarische Inseln	11.800
Whale watching Kanaren	12.500
Walbeobachtung Kanarische Inseln	16.200
Walbeobachtung Kanaren	20.400

PALABRAS DE BÚSQUEDA (INGLÉS)	RESULTADOS
Dolphins Canary Islands	292.000
Dolphins Canaries	158.000
Whales Canary Islands	411.000
Whales Canaries	182.000
Cetacean Canary Islands	14.200
Cetacean Canaries	18.200
Whale watching Canary Islands	52.000
Whale watching Canaries	53.200

PALABRAS DE BÚSQUEDA (INGLÉS)	RESULTADOS
Whale watching Australia	1.130.000
Whales Australia	5.880.000
Whale watching New Zealand	570.000
Whales New Zealand	4.740.000
Whalewatching Hawaii	694.000
Whales Hawaii	1.340.000
Whale watching Iceland	180.000
Whales Iceland	883.000
Whale watching USA	1.290.000
Whales USA	2.780.000
Whale watching Canada	1.320.000
Whales Canada	3.050.000

Whale watching South Africa	700.000
Whales South Africa	3.710.000
Whale watching Azores	39.700
Whales Azores	167.000
Whale watching Madeira	67.500
Whales Madeira	188.000

Datos extraídos del buscador Google (búsqueda realizada entre el 4 y el 9 de diciembre de 2009).



## ANEXO XIV LEGISLACIÓN Y REGULACIÓN

## REAL DECRETO 1727/2007

2292

Sábado 12 enero 2008

BOE núm. 11

MINISTERIO DE INDUSTRIA,  
TURISMO Y COMERCIO

- 515** *RESOLUCIÓN de 8 de enero de 2008, de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se hacen públicos los nuevos precios de venta, antes de impuestos, de los gases licuados del petróleo por canalización.*

La Orden del Ministerio de Industria y Energía de 16 de julio de 1998, establece el sistema de determinación de los precios de los gases licuados del petróleo, utilizados como combustibles o carburantes, para usos domésticos, comerciales e industriales, en todo el ámbito nacional. La Orden ITC/1968/2007, de 2 de julio de 2007, recoge un sistema de determinación automática de precios máximos sin impuestos de GLP's envasados, y modifica determinadas disposiciones en materia de hidrocarburos. Su disposición adicional única sobre suministros de gases licuados del petróleo por canalización, establece nuevos valores de los costes de comercialización tanto a usuarios finales como a empresas distribuidoras, actualizando los anteriormente vigentes según la Orden de 16 de julio de 1998.

El artículo 12.1 de la Ley 24/2006, de 18 de noviembre, de Reformas para el Impulso a la Productividad, establece que mediante Orden Ministerial, previo Acuerdo de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, se dictarán las disposiciones necesarias para el establecimiento de las tarifas de venta del gas natural, gases manufacturados y gases licuados del petróleo por canalización para los consumidores finales, así como los precios de cesión de gas natural y de gases licuados del petróleo para los distribuidores de gases combustibles por canalización, estableciendo los valores concretos de dichas tarifas y precios o un sistema de determinación y actualización automática de las mismas. Las tarifas de venta a los usuarios serán únicas para todo el territorio nacional, sin perjuicio de sus especialidades.

En cumplimiento de la Ley anterior y de lo dispuesto en la mencionada Orden Ministerial, y con el fin de hacer públicos los nuevos precios de los gases licuados del petróleo, en las diferentes modalidades de suministro establecidas en su apartado segundo, esta Dirección General de Política Energética y Minas ha resuelto lo siguiente:

Primero.—Desde las cero horas del día 15 de enero de 2008, los precios de venta antes de impuestos, de aplicación a los suministros de gases licuados del petróleo según modalidad de suministro serán los que se indican a continuación:

	Euros
1. Gases licuados del petróleo por canalización a usuarios finales:	
Término fijo .....	128,6166 cents/mes
Término variable .....	91,9850 cents/kg
2. Gases licuados del petróleo a granel a empresas distribuidoras de gases licuados del petróleo por canalización .....	80,1161 cents/kg

Segundo.—Los precios establecidos en el apartado Primero no incluyen los siguientes impuestos vigentes:

Península e Islas Baleares: Impuesto sobre Hidrocarburos e Impuesto sobre el Valor Añadido.

Archipiélago Canario: Impuesto Especial de la Comunidad Autónoma de Canarias sobre combustibles derivados del petróleo e Impuesto General Indirecto Canario.

Ciudades de Ceuta y Melilla: Impuesto sobre la producción, los servicios, la importación y el gravamen complementario sobre carburantes y combustibles petrolíferos.

Tercero.—Los precios de aplicación para los suministros de los gases licuados del petróleo señalados en la presente Resolución se aplicarán a los suministros pendientes de ejecución el día de su entrada en vigor, aunque los pedidos correspondientes tengan fecha anterior. A estos efectos, se entienden por suministros pendientes de ejecución, aquellos que aún no se hayan realizado o se encuentren en fase de realización a las cero horas del día de entrada en vigor de la presente Resolución.

Cuarto.—Las facturaciones de los consumos correspondientes a los suministros de GLP por canalización medidos por contador, relativas al período que incluya la fecha de entrada en vigor de la presente Resolución, o en su caso de otras Resoluciones u Ordenes Ministeriales anteriores o posteriores relativas al mismo período de facturación, se calcularán repartiendo proporcionalmente el consumo total correspondiente al período facturado a los días anteriores y posteriores a cada una de dichas fechas, aplicando a los consumos resultantes del reparto los precios que correspondan a las distintas Resoluciones u Ordenes Ministeriales aplicables.

Quinto.—Las Empresas Distribuidoras de GLP por canalización, adoptarán las medidas necesarias para la determinación de los consumos periódicos efectuados por cada uno de sus clientes, a efectos de proceder a la correcta aplicación de los precios de GLP por canalización a que se refiere la presente Resolución.

Madrid, 8 de enero de 2008.—El Director General de Política Energética y Minas, Jorge Sanz Oliva.

## MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA

- 516** *REAL DECRETO 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos.*

En las aguas marítimas sometidas a soberanía o jurisdicción española, viven veintisiete especies de cetáceos, de las cuales más de la mitad se hallan amenazadas. La protección del medio marino y de las especies que en él habitan es responsabilidad de todos los países costeros, ya que su degradación puede tener repercusiones de alcance global derivadas de la pérdida de diversidad biológica, la transformación de los sistemas ecológicos marinos y de la climatología, etc. Además, para España, la conservación de los ecosistemas marinos es crucial, no sólo para asegurar el futuro de sus valores ecológicos, sino además por su importancia socioeconómica.

El compromiso asumido por España en esta materia se refleja en su participación en numerosos acuerdos internacionales para la protección de la biodiversidad marina, tales como el Convenio OSPAR para la Protección del Medio Ambiente Marino del Atlántico del Nordeste, que incorpora el anexo V sobre la Protección y la Conservación de los Ecosistemas y la Diversidad Biológica de la Zona

Marítima, o el Convenio de Barcelona para la Protección del Medio Marino y de la Región Costera del Mediterráneo, así como su Protocolo sobre las Zonas Especialmente Protegidas y la Diversidad Biológica del Mediterráneo.

Además, el Convenio de Washington sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres y el Convenio de Berna relativo a la Conservación del Medio Natural y la Vida Silvestre en Europa, incluyen en sus diferentes anexos a los cetáceos como especies protegidas.

Asimismo, cabe destacar el Acuerdo de Mónaco para la Conservación de los Cetáceos del mar Negro, el mar Mediterráneo y la Zona Atlántica Contigua (ACCOBAMS), que ha establecido unas directrices dirigidas a los Estados miembros sobre la regulación de las actividades de observación de cetáceos. Asimismo, el Convenio Internacional para la Regulación de la Pesca de la Ballena establece directrices para la regulación de dichas actividades.

Finalmente, los anexos II y IV de la Directiva 92/43/CEE del Consejo, de 21 de mayo, relativa a la conservación de los Hábitats Naturales y de la Fauna y Flora Silvestres, incluyen al delfín mular (*Tursiops truncatus*) y a la marsopa común (*Phocoena phocoena*) como animales de interés comunitario para cuya conservación es necesario designar Zonas Especiales de Conservación, y al resto de los cetáceos como animales de interés comunitario que requieren protección estricta.

Como consecuencia de la transposición al ordenamiento jurídico español de dicha directiva, los cetáceos quedan igualmente incluidos en los anexos II y V de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad y fueron incorporados al antiguo Catálogo Nacional de Especies Amenazadas, hoy Catálogo Español de Especies Amenazadas, mediante las respectivas Ordenes ministeriales en junio de 1999 y marzo de 2000.

En la actualidad, la observación de cetáceos en su medio natural constituye una actividad turística, económica, científica y recreativa de excepcional importancia, que puede desempeñar una importante labor de investigación y de educación ambiental e incluso de conservación, si se realiza de acuerdo con los principios de protección ambiental y de uso sostenible de los recursos naturales, principios que inspiran y se expresan en la Estrategia Española para la Conservación y el Uso Sostenible de la Diversidad Biológica. Esta herramienta básica, que nace de los compromisos asumidos por las partes contratantes del Convenio sobre la Diversidad Biológica, firmado en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro en 1992, propugna la integración de los métodos de utilización sostenible de los recursos en los diferentes sectores productivos, entre ellos el turístico.

En especial, el problema medioambiental surge como consecuencia de las molestias y daños que estas actividades de observación pueden causar a los cetáceos y la posible afección a su hábitat natural, derivado de la excesiva presencia de embarcaciones en el mismo y el modo de realizarlas, y requiere una normativa básica que regule el modo de evitar la afección sobre estas especies protegidas mediante una conducta adecuada y respetuosa en aquellos lugares del litoral español donde se encuentren.

Diversos estudios nacionales e internacionales demuestran que estas actividades alteran los patrones de conducta de los cetáceos, por un constante estado de estrés producido por el trasiego de embarcaciones y la persecución a la que se los somete en numerosas ocasiones. Además, el transporte marítimo puede llegar a producir efectos adversos sobre las poblaciones y su hábitat, tanto por colisión con individuos, especialmente las embarcaciones rápidas o las dedicadas al turismo de observación de cetáceos, como por afectar a su comunicación y dañar su sistema auditivo.

El artículo 52.3 de Ley 42/2007, de 13 de diciembre, establece la prohibición de dar muerte, dañar, molestar o inquietar intencionadamente a los animales silvestres, especialmente los incluidos en alguna de las categorías mencionadas en los artículos 53 y 55 de la misma ley.

Es por ello que urge la adopción de medidas de prevención y protección que eviten o minimicen el impacto de las actividades de observación de cetáceos, ya sea con fines turísticos, científicos, recreativos, divulgativos o por cualquier otra circunstancia en la que el hombre entre en contacto con éstos.

Las normas de conducta que se aprueban mediante este real decreto especifican las conductas que deben cumplirse, evitarse o prohibirse con el fin de no dañar, molestar o inquietar a los cetáceos, conforme al mencionado artículo 52.3 de la citada Ley 42/2007, de 13 de diciembre.

Este real decreto se adopta al amparo de la competencia estatal en materia de marina mercante y de legislación básica sobre protección de medio ambiente, conforme a lo establecido en el artículo 149.1.20.ª y 23.ª de la Constitución, y en virtud de la habilitación expresa de la disposición final octava de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, para dictar las disposiciones reglamentarias que fueran precisas para su desarrollo.

Así pues, mediante este real decreto se crea el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos, en el que deberán cumplirse una serie de normas de conducta con objeto de minimizar el efecto negativo que diversas actividades humanas, en especial la actividad recreativa de observación de estos animales en su medio natural, puedan tener en sus poblaciones. Por su parte, las actividades de protección civil, salvamento marítimo y lucha contra la contaminación, seguridad pública marítima y aérea y defensa nacional se regirán por su normativa específica.

Los derechos de libre navegación y de paso inocente se ejercerán en los términos previstos en el derecho internacional, si bien los buques extranjeros deberán cumplir con las medidas de protección de los cetáceos.

En la elaboración de esta norma se ha consultado, entre otros, a la Comisión Nacional de Protección de la Naturaleza, a la Conferencia Sectorial de Medio Ambiente y al Consejo Asesor de Medio Ambiente.

En su virtud, a propuesta de las Ministras de Medio Ambiente y de Fomento, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 21 de diciembre de 2007,

## DISPONGO:

### Artículo 1. Objeto.

Este real decreto tiene por objeto establecer medidas de protección de los cetáceos para contribuir a garantizar la supervivencia y su estado de conservación favorable.

### Artículo 2. Definiciones.

A los efectos de este real decreto, se entenderá por:

a) Grupo de cetáceos: El constituido por dos o más ejemplares que se encuentren a una distancia no mayor de 50 metros unos de otros.

b) Cría: Ejemplar joven de cualquier especie de cetáceo que no llega a superar la mitad de la longitud de los adultos.

c) Actividad recreativa de observación de cetáceos: Aquella actividad consistente en mirar u observar cetáceos en su medio natural, que se realice por particulares o que se organice y desarrolle por entidades públicas o privadas para la distracción o recreo de un determinado grupo de usuarios, con o sin ánimo de lucro.

d) **Espacio Móvil de Protección de Cetáceos:** aquel cuyo perímetro sea el contorno de la superficie de un cilindro imaginario que abarque los espacios marino y aéreo en un radio de 500 metros, con una altura de 500 metros en el espacio aéreo y una profundidad de 60 metros en el espacio submarino, comprendidos a partir de un cetáceo o grupo de cetáceos.

En dicho Espacio, que se representa de forma gráfica en el anexo I, se distinguen cinco zonas según la distancia a la que se encuentren los cetáceos objeto de protección:

1.º **Zona de Exclusión,** que tendrá un radio no inferior a 60 metros medido en la superficie del agua a partir del cetáceo o grupo de cetáceos.

2.º **Zona de Permanencia Restringida,** que comprende la superficie entre el límite de la Zona de Exclusión (60 m) y el límite de la Zona de Aproximación (300 m).

3.º **Zona de Aproximación,** que comprende la superficie entre los 300 metros del límite de la Zona de Permanencia Restringida y los 500 metros del contorno exterior del Espacio Móvil de Protección de Cetáceos.

4.º **Zona Aérea,** que comprende la zona de espacio aéreo dentro de los 500 metros de radio del cilindro imaginario en vertical, y en horizontal, a partir del cetáceo o grupo de cetáceos.

5.º **Zona Submarina,** que comprende la zona de espacio submarino dentro de los 500 metros de radio del cilindro imaginario en horizontal y los 60 metros en profundidad a partir del cetáceo o grupo de cetáceos.

#### Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. Las disposiciones de este real decreto serán de aplicación en las aguas sometidas a soberanía, derechos soberanos o jurisdicción española, que comprenden las aguas interiores, el mar territorial, la zona contigua y la zona económica exclusiva.

2. Este real decreto se aplicará a las actividades que se realicen en el ámbito del Espacio Móvil de Protección de Cetáceos que puedan afectar negativamente a su supervivencia y buen estado de conservación.

3. Las actividades recreativas de observación de cetáceos, además de cumplir las medidas generales del artículo 4 y las medidas complementarias de protección del artículo 5, deberán efectuarse de acuerdo con las normas de conducta dispuestas en el anexo II.

4. Las condiciones de aplicación de este real decreto a las actividades educativas, divulgativas, de investigación y de conservación de las especies deberán ser especificadas en la autorización dispuesta en el artículo 58.1 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad para, en función de la actividad que se vaya a realizar y de las especies de cetáceos afectadas, ampliar, excepcionar o especificar las medidas generales de protección del artículo 4 u otras que se estimen pertinentes por la autoridad competente.

5. Las actividades de marisqueo, acuicultura y pesca profesionales se realizarán siguiendo criterios de racionalidad y de máximo interés para la protección de los cetáceos.

6. Las actividades de protección civil, salvamento marítimo y lucha contra la contaminación, seguridad pública marítima y aérea, defensa nacional, así como las actividades de señalización marítima y las relacionadas con los sistemas de medida del medio marítimo, se desarrollarán conforme a su normativa específica.

7. La aplicación de este real decreto se llevará a cabo sin perjuicio de las libertades de navegación, sobrevuelo y tendido de cables submarinos, en los términos previstos en el derecho internacional. En el ejercicio del derecho de libre navegación, y del derecho de paso inocente, los buques extranjeros deberán cumplir las disposiciones españolas destinadas a impedir que dichos buques afecten negativamente al buen estado de conservación de los cetáceos.

La navegación en zonas donde existan Dispositivos de Separación de Tráfico o Zonas Marinas Especialmente Sensibles para la Navegación se efectuará conforme a su normativa específica, si bien en la realización de actividades recreativas de observación de cetáceos deberán respetarse las medidas de protección establecidas en este real decreto, cuando no pongan en peligro la seguridad de la navegación.

#### Artículo 4. *Medidas generales de protección.*

1. Deberá evitarse en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos la realización de cualquier conducta que pueda causar muerte, daño, molestia o inquietud a los cetáceos conforme a lo dispuesto en el artículo 52.3 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre.

2. A efectos de este real decreto, se considera que puede dañar, molestar o inquietar a los cetáceos:

a) El contacto físico de embarcaciones o personas con el cetáceo o grupo de cetáceos.

b) Alimentar a los animales, tirar alimentos, bebidas, basuras o cualquier otro tipo de objeto o sustancia sólida o líquida que sea perjudicial para los cetáceos.

c) Impedir el movimiento libre de los cetáceos, interceptar su trayectoria, cortar su paso o atravesar un grupo de cetáceos, en cualquier momento y dirección.

d) Separar o dispersar al grupo de cetáceos y, especialmente, interponerse entre un adulto y su cría.

e) Producir ruidos y sonidos fuertes o estridentes para intentar atraerlos o alejarlos, incluyendo la emisión de sonidos bajo el agua.

f) Bañarse o bucear en la Zona de Exclusión del Espacio Móvil de Protección de Cetáceos.

#### Artículo 5. *Medidas complementarias de protección.*

1. Si durante la realización de cualquier actividad en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos se observara alguna señal de alarma, molestia o alteración en el comportamiento de un cetáceo o un grupo de ellos, tales como cambios repentinos de dirección o velocidad, saltos súbitos ante la aproximación, huida o alejamiento reiterado, deberá abandonarse dicho Espacio en el menor tiempo posible, procurando evitar mayores molestias a los animales durante las maniobras de alejamiento.

2. En caso de herir a uno o varios cetáceos o si se encuentra un animal muerto o herido, se deberá avisar, a la mayor brevedad e indicando la posición, al Servicio Marítimo de la Guardia Civil, si es en el mar territorial, o a la Fuerza de Acción Marítima de la Armada, si es en aguas marinas que no tengan ese carácter. En el caso de que esté muerto, se procurará balizar al animal, y en el caso de que esté herido, señalar la posición del animal.

3. En los supuestos a que se refiere el apartado anterior, se dará cuenta también a la Capitanía Marítima competente por razón de las aguas en las que se encuentren los cetáceos, a través del Centro de Coordinación de Salvamento Marítimo correspondiente, precisando la posición y el estado de los mismos, así como las posibles medidas de balizamiento que, en su caso, se hubieran adoptado.

#### Artículo 6. *Labores de vigilancia, inspección y control.*

1. En el ámbito de competencias de la Administración General del Estado, corresponderá a los órganos competentes de la Dirección General de Marina Mercante del Ministerio de Fomento, a la Armada y al Servicio Marítimo de la Guardia Civil la potestad de inspección y control de las medidas previstas en este real decreto, así como la de levantar las correspondientes actas de denuncia.

2. Los Agentes de la Autoridad de las distintas comunidades autónomas colaborarán, en el ámbito de sus competencias, en las labores de vigilancia, inspección y control necesarias para la consecución de los fines de

este real decreto, a través de los medios humanos y técnicos disponibles.

3. Las autoridades con competencias en la aplicación de convenios internacionales que afecten a los cetáceos, y de los que España sea parte, serán informadas de las actas de denuncia levantadas a las que se refiere el apartado 1.

#### Artículo 7. Régimen sancionador.

1. Las infracciones cometidas contra lo dispuesto en este real decreto estarán sometidas al régimen sancionador regulado en la Ley 42/2007, de 13 de diciembre.

2. Conforme al artículo 77.3 de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, cuando concurra alguno de los supuestos establecidos en el artículo 6 de dicha ley corresponderá al Ministerio de Medio Ambiente, previo informe de la Dirección General de Marina Mercante del Ministerio de Fomento, la tramitación e imposición de sanciones previstas en el citado artículo 77, a partir de las denuncias que pudieran formular los particulares, la Armada, el Servicio Marítimo de la Guardia Civil o los órganos competentes de la Dirección General de Marina Mercante del Ministerio de Fomento, todo ello sin perjuicio de la colaboración de los órganos de las comunidades autónomas a que se refiere el artículo 6.

3. No podrán sancionarse los hechos que hayan sido sancionados penal o administrativamente, en los casos en que se aprecie identidad del sujeto, hecho y fundamento.

#### Disposición final primera. Título competencial.

Este real decreto se dicta al amparo de lo dispuesto en el artículo 149.1.20.ª y 23.ª de la Constitución Española que otorga al Estado competencia exclusiva en materia de marina mercante así como en materia de legislación básica sobre protección del medio ambiente.

#### Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

Dado en Madrid, el 21 de diciembre de 2007.

JUAN CARLOS R.

La Vicepresidenta Primera del Gobierno  
y Ministra de la Presidencia,  
MARÍA TERESA FERNÁNDEZ DE LA VEGA SANZ

### ANEXO I

El gráfico siguiente ilustra el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos y las zonas que comprende, tal y como se definen en el artículo 2:



### ANEXO II

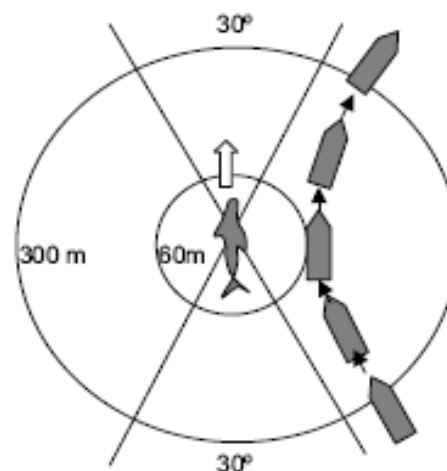
1. Normas de conducta de carácter general durante la realización de actividades recreativas de observación de cetáceos en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos:

A. Se prohíbe el uso de sistemas de s6nar y/o ac6sticos para emitir ruidos con objeto de detectar cetáceos o conducirlos a la superficie.

B. Las embarcaciones deber6n moverse a una velocidad constante y no superior a cuatro nudos y, en su caso, no m6s r6pida que el animal m6s lento del grupo, a excepci3n de la Zona de Exclusi3n, en donde ser6 de aplicaci3n lo establecido en el apartado 2 de este anexo para esta zona. Una vez terminada la observaci3n, no se modificar6 la velocidad hasta que la embarcaci3n se encuentre fuera del Espacio M3vil de Protecci3n de Cet6ceos.

C. La aproximaci3n a los cet6ceos se har6 de forma suave y convergente con la direcci3n y el sentido de la nati3n de los animales en un 6ngulo de aproximadamente 30°, nunca de frente, por detr6s o perpendicularmente a su trayectoria. Durante la observaci3n de los cet6ceos habr6 que mantener la navegaci3n en una trayectoria paralela, sin realizar cambios bruscos de rumbo o velocidad.

A continuaci3n se representa gr6ficamente la forma de aproximarse a los cet6ceos:



D. Las embarcaciones que se acerquen simult6neamente al mismo cet6ceo o al mismo grupo de cet6ceos, deber6n coordinar por radio su aproximaci3n y maniobra, de forma que la repercusi3n sobre los animales sea m6nima.

E. En caso de apagar el motor y despu6s de encenderlo, se mantendr6 en punto muerto o desembragado durante un periodo de tiempo de, al menos, un minuto. Todos los cambios de velocidad o revoluciones de motor se realizar6n siempre progresiva y lentamente.

F. No se dar6 nunca marcha atr6s, excepto en situaci3n de emergencia o para prevenir una colisi3n con otra embarcaci3n o con un cet6ceo.

G. No se navegar6 en c6rculo en torno a un cet6ceo o grupo de cet6ceos.

H. Si durante la realizaci3n de actividades de buceo fuera de la Zona de Exclusi3n del Espacio M3vil de Protecci3n de Cet6ceos, se produjera el acercamiento de un grupo de cet6ceos a los buceadores, 6stos deber6n no

interactuar con los cetáceos y, en caso de observar comportamientos asociados a la presencia de los buceadores, deberán alejarse en cuanto sea posible, siempre teniendo en cuenta la seguridad de los buceadores.

2. Normas de conducta específicas durante la realización de actividades recreativas de observación de cetáceos en las distintas zonas del Espacio Móvil de Protección de Cetáceos.

En la Zona de Exclusión:

A. Está prohibido acceder o permanecer en esta zona, salvo en situaciones de emergencia o urgente necesidad, por estrictos motivos de seguridad y salud de las personas.

B. Si los cetáceos se aproximan o aparecen de improviso a menos de 60 metros de una embarcación, se pondrá el motor en punto muerto o desembragado y a bajas revoluciones o, si es necesario, se parará.

C. Se prohíbe poner en movimiento la hélice o en marcha el motor, mientras los animales se encuentren a menos de 60 metros de la embarcación, y en tal caso habrá que hacerlo algunos minutos después de que hayan comenzado a alejarse de esta zona. En caso de necesidad se deberá arrancar suavemente y realizar la maniobra de forma suave y progresiva, prestando especial atención a la hélice, pues no deberá haber cetáceos cerca de ella.

D. En caso de que los animales que se aproximen sean delfines o marsopas, se podrá continuar navegando manteniendo la velocidad y el rumbo.

E. Se apagará el sónar y la sonda.

En la Zona de Permanencia Restringida:

A. Se prohíbe entrar en esta zona si se encuentran adultos aislados con crías o crías aisladas.

B. En esta zona sólo podrán permanecer, simultáneamente, un máximo de dos embarcaciones.

En la Zona de Aproximación:

En esta zona sólo podrán permanecer un máximo de dos embarcaciones a la espera de entrar en la Zona de Permanencia Restringida, cuando haya embarcaciones en ésta última y hasta que la abandonen. Para ello, todas las embarcaciones deberán estar permanentemente comunicadas por radio para coordinar sus movimientos.

En la Zona Aérea:

Se prohíbe la permanencia.

En la Zona Submarina:

Se prohíbe la permanencia.

**517** *REAL DECRETO 1729/2007, de 21 de diciembre, por el que se regula la elaboración del Informe Periódico, relativo a la efectividad del principio de igualdad entre mujeres y hombres.*

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres incluye, dentro de sus «Principios generales», la obligación de que el Gobierno elabore un informe periódico sobre el conjunto de sus actuaciones en relación con la efectividad del principio de igualdad entre mujeres y hombres. Así, en su artículo 18, se establece la necesidad de determinar reglamentariamente, los términos que regulen la citada elaboración.

El informe periódico, que debe ponerse en relación con la previsión del artículo 17 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, de elaboración por el Gobierno de un Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades, cumple un doble objetivo. Por una parte, es el instrumento básico del Gobierno, para la evaluación de la efectividad del principio de igualdad entre mujeres y hombres en el conjunto de sus actuaciones; y, por otra, es el vehículo de

información a las Cortes Generales sobre el cumplimiento del citado principio.

La estructura ministerial de la Administración General del Estado adoptada en el Real Decreto 553/2004, de 17 de abril, aconseja atribuir al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, a través de la Secretaría General de Políticas de Igualdad la elaboración del informe periódico, con la coordinación de la Comisión Interministerial de Igualdad entre Mujeres y Hombres prevista en el artículo 76 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo.

En el marco de los principios de cooperación y colaboración que rigen el funcionamiento de las Administraciones Públicas, así como del criterio de eficiencia, establecidos en el artículo 3.2 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, del Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se considera necesario establecer un sistema periódico de suministro de información de aquellas actuaciones que impulsen la consecución de la igualdad real entre mujeres y hombres.

Este Real Decreto se dicta de conformidad con lo dispuesto en la habilitación reglamentaria establecida en el apartado 1 de la disposición final tercera de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo.

En su virtud, a propuesta conjunta de la Vicepresidenta Primera del Gobierno y Ministra de la Presidencia y del Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales, de acuerdo con el Consejo de Estado y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 21 de diciembre de 2007,

## DISPONGO:

**Artículo 1. Objeto.**

Mediante el presente real decreto se regula la periodicidad, el contenido y el procedimiento de elaboración del informe periódico, que el Gobierno adoptará, sobre la efectividad del conjunto de sus actuaciones relativas al principio de igualdad entre mujeres y hombres.

**Artículo 2. Competencia.**

La elaboración de la propuesta del Informe Periódico será competencia de la Secretaría General de Políticas de Igualdad, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, que lo elevará al Consejo de Ministros para su aprobación y remisión a las Cortes Generales.

**Artículo 3. Funciones.**

Para la elaboración del Informe Periódico, la Secretaría General de Políticas de Igualdad desarrollará las siguientes funciones:

1. La recepción de la información de los departamentos ministeriales.
2. La presentación a la Comisión Interministerial de Igualdad de la propuesta del Informe Periódico, previa a su remisión al Gobierno para su aprobación.

**Artículo 4. Periodicidad.**

El informe periódico se elaborará y aprobará con periodicidad bienal.

**Artículo 5. Contenido.**

El informe periódico versará sobre los siguientes elementos:

1. Las actuaciones de la Administración General del Estado y los Organismos públicos vinculados o dependientes de ella, relacionadas con la aplicación de la Ley

## OTRA NORMATIVA DE INTERÉS

### ***DIRECTIVAS COMUNITARIAS***

Directiva 85/337/CEE, modificada por la Directiva 97/11/CE, de evaluación del impacto ambiental de proyectos.

Directiva 2000/60/CE Marco del Agua.

Directiva 2008/1/CE relativa a la prevención y al control integrado de la contaminación.

Directiva 96/62/CE del Consejo sobre evaluación y gestión de la calidad del aire.

Directiva 2002/49/CE sobre evaluación y gestión del ruido ambiental.

Directiva 2004/35/CE sobre responsabilidad medioambiental en relación con la prevención y reparación de daños medioambientales.

Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de junio de 2001, relativa a la evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente.

### ***RED NATURA 2000***

DECRETO 174/2009, de 29 de diciembre, por el que se declaran Zonas Especiales de Conservación integrantes de la Red Natura 2000 en Canarias y medidas para el mantenimiento en un estado de conservación favorable de estos espacios naturales.

Orden ARM/3521/2009, de 23 de diciembre, por la que se declaran zonas especiales de conservación los lugares de importancia comunitaria marinos y marítimo terrestres de la región Macaronésica de la Red Natura 2000 aprobados por las Decisiones 2002/11/CE de la Comisión, de 28 de diciembre de 2001 y 2008/95/CE de la Comisión, de 25 de enero de 2008

REAL DECRETO 1421/2006, de 1 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 1997/1995, de 7 de diciembre, por el que se establecen medidas para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la flora y fauna silvestres

REAL DECRETO 1193/1998, de 12 de junio, por el que se modifica el Real Decreto 1997/1995, de 7 de diciembre, por el que se establecen medidas para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres

REAL DECRETO 1997/1995, de 7 de diciembre, por el que se establece medidas para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres

DECISIÓN DE LA COMISIÓN de 25 de enero de 2008 por la que se aprueba, de conformidad con la Directiva 92/43/CEE del Consejo, una primera actualización de la lista de lugares de importancia comunitaria de la región biogeográfica macaronésica [notificada con el número C (2008)286] (2008/95/CE)

DIRECTIVA 92/43/CEE DEL CONSEJO de 21 de mayo de 1992 relativa a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres (Texto consolidado)

### ***PROTECCIÓN DE RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD***

REAL DECRETO 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos.

DIRECTIVA DEL CONSEJO de 2 de abril de 1979 relativa a la conservación de las aves silvestres (79/409/CEE)

LEY 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.

DECRETO 320/1995, de 10 de noviembre, por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos

DECRETO 178/2000, de 6 de septiembre, por el que se regulan las actividades de observación de cetáceos.

### **ACTIVIDAD TURÍSTICA EN CANARIAS**

Ley 14/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias

Ley 6/2009, de 6 de mayo, de medidas urgentes en materia de ordenación territorial para la dinamización sectorial y la ordenación del turismo.

Ley 19/2003, de 14 de abril, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias.

Ley 2/2002, de 27 de marzo, de establecimiento de normas tributarias y de medidas en materia de organización administrativa, de gestión, relativas al personal de la Comunidad Autónoma de Canarias y de carácter sancionador.

Ley 6/2001, de 23 de julio, de medidas urgentes en materia de ordenación del territorio y del turismo de Canarias (Derogada por la Disposición Derogatoria Única de la Ley 19/2003).

Ley 2/2000, de 17 de julio, de medidas económicas, en materia de organización administrativa y gestión relativas al personal de la Comunidad Autónoma de Canarias y de establecimiento de normas tributarias.

Ley 5/1999, de 15 de marzo, de modificación de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.

Ley 7/1997, de 4 de julio, de modificación de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.

Ley 2/1996, de 8 de julio de creación del Colegio Profesional de Diplomados y Técnicos de Empresas y Actividades Turísticas de Canarias. (Normativa estatal B.O.E. de 2 de agosto de 1996)



Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. DECRETO 59/1997, de 30 de abril, por el que se regulan las actividades turístico-informativas.

DECRETO 13/2010, de 11 de febrero, por el que se regula el acceso y ejercicio de la profesión de guía de turismo en la Comunidad Autónoma de Canarias.

### **MEDIO AMBIENTE**

Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.

Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental.

Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente.

Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido.

Ley 16/2002, de 1 de julio, de prevención y control integrado de la contaminación, que transpone la Directiva 96/61/CE.

Ley 1/2002 de Ordenación, Fomento y Control de la Pesca Marítima, el Marisqueo y la Acuicultura Marina.

REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2008 de 11 de enero, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Evaluación de Impacto Ambiental de proyectos.

REAL DECRETO 2090/2008, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo parcial de la Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental. Corrección de errores del Real Decreto 2090/2008, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo parcial de la Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental.

REAL DECRETO 1432/2008, de 29 de agosto, por el que se establecen medidas para la protección de la avifauna contra la colisión y la electrocución en líneas eléctricas de alta tensión regula aspectos de la construcción de nuevas líneas de alta tensión.

REAL DECRETO 509/2007, de 20 de abril, por el que se aprueba el Reglamento para el desarrollo de la Ley 16/2002, de prevención y control integrado de la contaminación, que transpone la Directiva 96/61/CE.

REAL DECRETO 508/2007, de 20 de abril, por el que se regula el suministro de información sobre las emisiones del Reglamento E-PRTR y de la autorización ambiental integrada.

REAL DECRETO 1367/2007, de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.

REAL DECRETO 1513/2005, de 16 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a la evaluación y gestión del ruido ambiental.

REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/2001, de 20 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Aguas.

REAL DECRETO 1997/1995, de 7 de diciembre, por el que se establece medidas para contribuir a garantizar la biodiversidad mediante la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y flora silvestres. Se deroga los anexos I a VI, por LEY 42/2007, de 13 de diciembre.

### ***ACCESIBILIDAD***

LEY 51/2003, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

LEY 8/1995 de accesibilidad, supresión de barreras arquitectónicas y de la comunicación.

### ***EMBARCACIONES***

REAL DECRETO 1027/1989, sobre abanderamiento, matriculación de buques y Registro marítimo

## **ACTIVIDAD PESQUERA**

LEY 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado

## **CONTAMINACIÓN MARINA**

Convenio Internacional para Prevenir la Contaminación por los Buques (MARPOL) sobre la prevención de la contaminación en el medio marino por buques debido a causas operativas o accidentales.

Convenio de Londres sobre la Prevención de la Contaminación del Mar por Vertimiento de Desechos y otras Materias.

## **MEDIO RURAL**

La Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural

## **CONVENIOS, PROTOCOLOS Y ESTRATEGIAS INTERNACIONALES Y NACIONALES**

Protocolo de Kioto sobre el cambio climático.

Convenio sobre la diversidad biológica.

VI Programa Comunitario de Acción en materia de medio ambiente.

Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible; “Estrategia de Gotemburgo”.

Conservación de las especies migratorias - Convención de Bonn.

Convenio de RAMSAR sobre humedales.

Convenio de Berna.

Convenio Europeo del Paisaje.

Estrategia Española para la Conservación y Uso Sostenible de la Diversidad Biológica.

Estrategia Española de Cambio Climático y Energía Limpia.

Convenio de Barcelona para la protección del Mar Mediterráneo: Protocolo para la Protección del Mar Mediterráneo contra la contaminación causada por fuentes y actividades situadas en tierra (Land Based Sources [LBS]) y Programa de Acciones Estratégicas del Plan de Acción del Mediterráneo. (Enmendado en mayo de 1996).

Convenio para la protección del medio marino del Atlántico Nordeste (Convenio OSPAR). (Suscrito en París el 22 de septiembre de 1992).

Convenio de Londres (1972) y el Protocolo de 1996 sobre la prevención de la contaminación del mar por vertimientos de desechos y otras materias.

Convenio de Aarhus sobre Acceso a la Información, Participación Pública en la Toma de Decisiones y Acceso a la Justicia en Cuestiones Ambientales. (Vigente desde el 30 de octubre de 2001).

Convenio sobre Diversidad Biológica (Convenio de Río de Janeiro). (5 de junio de 1992)

Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre. (CITES). (Se firmó en Washington el 3 de marzo de 1973 y entró en vigor el 1 de enero de 1975).

Convenio sobre la Conservación de Especies Migratorias de Animales Salvajes ("Convenio de Bonn"). (23 de junio de 1979).

Convenio relativo a la conservación de la vida silvestre y del medio natural de Europa (Convenio de Berna).

Convenio de RAMSAR sobre los humedales.

Convenio Europeo del Paisaje.

Convenio sobre conservación de las especies migratorias de la fauna silvestre.