

Desarrollo del turismo MICE a partir de actividades náuticas

RAFAEL MORENO

Gerente de la Asociación Española de Estaciones Náuticas (AEEN)

Fomentar la convivencia entre compañeros de trabajo, descargar el estrés acumulado o descubrir nuevas aptitudes desconocidas hasta el momento por parte de los participantes son algunos de los objetivos que persiguen las empresas y organizadores de eventos cuando contratan actividades náuticas para sus empleados e invitados.

El turismo de negocios e incentivos junto al mar es una fórmula que atrae cada vez a más empresas y colectivos profesionales. Por ello, en España existen destinos náuticos especializados que cuentan con productos

para la promoción de este tipo de turismo vinculado a actividades marítimas. Entre sus competencias, diseñan programas exclusivos y a medida para empresas, actividades lúdicas como incentivo a los empleados o complemento a los encuentros profesionales y eventos, así como actividades deportivas y oferta especializada para la formación de directivos y la puesta en práctica del liderazgo. Y siempre en un entorno natural y saludable, y en contacto permanente con el mar.

Así como las agencias de viajes o el propio turista elabora la ruta de sus vacaciones, estos destinos náuticos ofrecen la opción de organizar programas exclusivos para grupos de empresas como actividad adicional a las reuniones y congresos (incluyen opciones como seguir regatas desde un barco y acceder a la zona VIP de una competición deportiva internacional o, por ejemplo, formar parte de una tripulación de un velero o catamarán). También coordinan hasta el más mínimo detalle de la organización de eventos o viajes corporativos, pensados para desconectar, cohesionar equipos, fidelizar empleados y directivos, etc. Desde la práctica de deportes que suponen una nueva experiencia o representan un desafío, hasta plácidos paseos en barco al atardecer o remar sobre un kayak en busca de calas inaccesibles por tierra. Propuestas lúdicas que pueden combinarse con sesiones de trabajo, cuyo objetivo primordial es contribuir al crecimiento profesional y el disfrute de los participantes.

La especialización, el entorno marino y las posibilidades infinitas que ofrecen la combinación de mar, deporte y ocio aseguran el éxito de este tipo de propuestas que resultan siempre atractivas y son posibles durante todo el año. La contratación de especialistas en este segmento de turismo garantiza además los objetivos de liderazgo, motivación, incentivo o trabajo en equipo. Y una de las claves reside en que los organizadores de tales encuentros lúdico-profesionales únicamente contratan



Rafael Moreno.

servicios complementarios, como actividades en tierra (golf, BTT, senderismo...), restauración y alojamiento, que cumplen los parámetros de calidad y profesionalidad que requieren las actividades programadas junto al mar.

Desde la perspectiva del destino que apuesta por el turismo de negocios e incentivos complementado por propuestas náuticas, tal especialización contribuye a mejorar su competitividad mediante el desarrollo de una oferta de turismo náutico de calidad y sostenible. De esta forma, enriquece su oferta tradicional, que entre otras puede ser el sol y playa o de naturaleza, y ofrece una mayor diversidad de actividades con capacidad para atraer a nuevos segmentos de demanda. En definitiva, se trata de una ecuación sencilla: con la captación de nuevo público conseguiremos alargar la temporada y aumentar el gasto, y se generarán más oportunidades de negocio y empleo para la población local, en particular pymes y jóvenes.

Los destinos que incluyen el turismo náutico como complemento al de negocio entre su oferta y que, además, siguen el modelo de estaciones náuticas aportan un valor añadido

diferencial de entretenimiento y bienestar. Adicionalmente, contribuyen al desarrollo local de entidades y empresas. Esto se debe a que Estaciones Náuticas está integrada por organizaciones locales orientadas al mercado que promueven la colaboración entre los actores públicos y privados en los destinos turísticos a partir de un modelo de clúster económico que en turismo conocemos como Club de Producto.

Teniendo en cuenta que el producto turístico está formado por diversos componentes de la oferta, gestionados por diferentes actores público y privados, los clubes de producto son organizaciones locales que trabajan en un ámbito doble. Por una parte, fomentan la colaboración entre los actores locales en los destinos: se trata de colaborar para competir en mejores condiciones mediante el desarrollo de productos especializados concebidos para llegar a segmentos específicos del mercado (*co-opetition*). Por otro lado, facilitan el enlace entre la oferta y demanda llevando a cabo acciones de promoción conjunta bajo una marca común y sitúan a la oferta en Internet y en canales especializados.■



www.yodono.accem.es