



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

El simposio de Clubes Náuticos organizado por la Real Federación Española de Vela con la colaboración de la Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA) y la Asociación Española de Clubes Náuticos (AECN) tuvo lugar en el Salón Náutico de Barcelona el 11 y 12 de Noviembre de 2011 y llega en un momento de gran agitación en la economía general y de necesidad de evolución del papel tradicional de los clubes náuticos en España.

El colectivo de los clubes náuticos ha madurado como sector estando gestionado actualmente desde la óptica empresarial en la mayoría de las ocasiones. Los tiempos nostálgicos de abundancia de recursos y de demanda ya no volverán. La aparición de supercompetitividad, de márgenes ajustados así como el desarrollo de la sociedad del ocio implica que el sector de los clubes náuticos en su conjunto se plantee en este preciso momento una reflexión estratégica sobre su papel en la sociedad del Siglo XXI.

Otra peculiaridad de esta época es que el usuario se ha hecho con el poder de una forma nunca antes vista gracias a la sociedad de la comunicación y el acceso a nuevas tecnologías. Las opiniones del usuario pueden llegar a golpe de click a miles de personas de modo que tratar de anular el estigma, extendido lamentablemente en la gran mayoría de la sociedad, de que navegar es solo para clases privilegiadas es esencial para la supervivencia de todos los clubes náuticos cuyas organizaciones en algunos casos son centenarias.

En primer lugar, ha quedado patente el consenso que existe sobre dos grandes temas:

- La convicción de que si las Leyes del Deporte OBLIGAN a los clubes al Fomento del Deporte, dado que los clubes náuticos son Titulares de un USO PRIVATIVO de dominio público, como consecuencia el papel principal de un club náutico debe ser REVERTIR sus acciones a la SOCIEDAD.
- El considerable impacto socio-económico que tienen los clubes náuticos y la náutica de recreo en los destinos y ciudades por su efecto multiplicador en la economía de cada territorio, la generación de empleo estable y cualificado, la promoción del turismo y la innovación tecnológica.

Se ha reconocido la multiplicidad de esfuerzos llevados a cabo por los clubes náuticos en toda España para mejorar en los últimos años desde todos los ámbitos de actuación, como por ejemplo: colaboración con entidades públicas, apoyo a colectivos de población algunos de ellos menos favorecidos, mejora de las instalaciones implantando sistemas de calidad y políticas de responsabilidad social corporativa (RSC). Destacando las importantes inversiones que han permitido modernizar y aumentar las instalaciones y servicios, atender con calidad la creciente demanda de turismo náutico. Incidiendo en el desarrollo con calidad de la oferta de náutica de



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

recreo y deportiva así como el aumento del número de cursos de vela y otros deportes federados, igualmente aumentando el número y calidad de regatas, eventos socio-deportivos, etc.

El Simposio, estuvo estructurado en tres bloques fundamentales: 1.- Impuestos y tratamiento de la morosidad, 2.- Relación con la sociedad, 3.- El club deportivo del Siglo XXI. Este último, a su vez, tuvo dos apartados importantes: 3.1.- Retos del futuro e innovación y 3.2.- El deporte como carta de presentación a la sociedad.

Entre todos los asistentes, además de comentar los avances logrados en los últimos años en el desarrollo y evolución de la náutica deportiva en España, se han identificado y debatido los factores claves para el desarrollo e impulso necesario para ajustar tanto la competitividad de nuestra oferta, como la adaptación de nuestra acción hacia las demandas de la sociedad.

1.- SITUACION SOCIAL Y ECONÓMICA DEL SECTOR, EVOLUCION FUTURA

Se presentó el resultado de una encuesta sobre el Índice de Confianza correspondiente al colectivo de clubes náuticos de toda España, realizado por la propia organización. Este estudio ha podido detectar la percepción de la situación general, la evolución de diferentes variables socio-económicas y el índice de confianza en el futuro. A día de hoy los clubes náuticos opinan que la situación es **ESTABLE, con moderado optimismo en el futuro**.

Tras un análisis y un debate sobre áreas a mejorar en el management y planteamientos varios para una gestión acorde con las previsiones de evolución futura de la sociedad, se detecta que el colectivo de los clubes náuticos ha realizado las medidas de ajuste precisas que en la mayoría de los casos han producido mejoría. Que el sector ha aguantado hasta el momento mucho mejor que otros el embate de la crisis, que su empleo es estable y que las actividades deportivas náuticas, escuelas de enseñanza deportivas son los servicios menos afectados por la situación económica.

Las actividades de Ocio, turismo náutico, celebración de eventos deportivos y contar con un clima de trabajo interior optimista son los pilares sobre los que, a juicio de los resultados de la encuesta, se podrían centrar las principales acciones encaminadas a salir fortalecidos de esta situación económica adversa. Mediante este camino se consigue alargar y desestacionalizar la actividad de las temporadas de veraneo, captar segmentos con mayor poder adquisitivo, reforzar la imagen de calidad y la marca "**club náutico**", fomentar la afición por la navegación y sobre todo creer en los valores intrínsecos de los CN que nos diferencian frente a otros competidores.



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

2.- GESTION DEL OCIO Y TIEMPO LIBRE, REDISEÑAR EL MODELO DE NEGOCIO

La crisis económica mundial está acelerando un proceso latente en la última década, el declive estructural de muchos modelos de negocio. Mientras que algunos clubes náuticos luchan por sobrevivir con modelos de negocio y de organización tradicionales, aparecen otros que sirven a sus socios y clientes con propuestas más sofisticadas o con propuestas más accesibles y más baratas. Este contexto plantea dos desafíos a las organizaciones: implementar cambios que frenen el declive de su actual modelo y, a la vez, lanzar nuevas ofertas, nuevos modelos de negocio. Evolucionar las escuelas deportivas (la clásica escuela de vela) en oferta deportiva de ocio y turística que proporcione nuevas sensaciones a los usuarios es fundamental. Pero diversificar a su vez en otras actividades no náuticas (gimnasio, fitness, multiaventura, etc..) complementarias de la vida del club pueden ser también capitales para la buena marcha de la organización. Todo ello realizado con calidad, nada a medias, procurando estar en la vanguardia.

3.- CAPITAL HUMANO, OPTIMIZACION DE SU RENDIMIENTO

Nuestras organizaciones son empresas de servicios, cuya característica fundamental es que detrás de toda innovación y acción están PERSONAS. Es esencial transmitir al personal lo que se quiere y crear un equipo comprometido con las innovaciones y mejoras planificadas. Para conseguir un clima laboral favorable a las decisiones de las Juntas Directivas, considerando los clubes como empresas profesionalizadas, es fundamental compartir la información desde arriba hacia abajo y a la inversa. Es de capital importancia tratar de que toda la organización actúe en sintonía y con su personal comprometido con el objetivo marcado por el Presidente.

En estos momentos ambas Asociaciones están en óptima posición como patronal de poder negociar un Convenio Colectivo, que sea desarrollado por el propio sector. Estando preparados para el momento adecuado se aleja el peligro de que sea impuesto un Convenio por no expertos como evolución del actual convenio en vigor de instalaciones deportivas que nada tiene que ver con la problemática de los CN. Se concluye que tras el resultado de las próximas citas políticas, a results del programa que aplique la mayoría parlamentaria resultante, se tratará de desarrollar en el momento adecuado un convenio colectivo de mínimos que permita a su vez pactos de empresa en cada caso.



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

4.- LA COMUNICACIÓN, CLAVE ESENCIAL.

*¿Qué es más importante, lo que los clubes náuticos **son**, o lo que la sociedad **dice que somos**?*

¿Por qué está instalada en la mayoría de la sociedad, y por extensión de su representación en los cargos políticos, la percepción de que navegar es de ricos? Posiblemente porque no somos capaces aún de conseguir transmitir al gran público nuestros valores y acciones por el bien social. Resulta muy costoso que el entorno comprenda los beneficios y el retorno socio-económico que los clubes náuticos aportan a la sociedad que les rodea (todo ello a cargo del bolsillo privado de su masa social). Cómo conseguir generar credibilidad en la sociedad y compromiso en la clase política para poder mantener las instalaciones alejadas de la especulación?

Es importante recordar que la Vela es el deporte que más medallas olímpicas ha obtenido en beneficio de España. Quizá porque el lenguaje de la vela es complejo aún para el gran público tanto para retransmitir eventos deportivos como para llevarlo al alcance de los medios de comunicación de grandes masas, quizá por mal posicionamiento de venta de la oferta náutica no parece que el mar sea una de las opciones preferentes de ocio y deporte de los españoles.

Definir una estrategia de posicionamiento e imagen de la náutica deportiva en España para comunicar que la náutica está al alcance de todos y disipar la creencia actual de que es tan sólo para una élite, es labor primordial para poder situar a los clubes náuticos en igualdad de condiciones que otros sectores de ocio ante nuestra sociedad. (Véase el esquí o el golf). Es de importancia capital poder transmitir el beneficio social que se realiza a la perfección por entidades privadas sin ánimo de lucro, que ahorran al erario público esta función y ese gasto.

Transmitiendo adecuadamente estos beneficios hacia la sociedad facilitaría la acción - incluso en algunos casos la supervivencia- de los clubes náuticos tanto en sus relaciones con las administraciones públicas como para conseguir el conocimiento de la náutica deportiva por el gran público. Que además es el potencial consumidor de la oferta náutica y deportiva ofrecida por cada uno de los clubes náuticos.

5.- RELACIÓN CON LA ADMINISTRACION

La lentitud de las Administraciones Públicas en la tramitación o ampliación de las Concesiones Administrativas, la falta de una planificación REAL a nivel autonómico y nacional



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

(elaborada con el consenso de los profesionales del sector) los criterios de adjudicación, los elevados cánones concesionales y los que desagradablemente se espera aumenten en el futuro, la falta de una armonización entre las diferentes legislaciones estatales y autonómicas, entre otros, están siendo frenos para el desarrollo popular de la náutica deportiva. Curiosa situación en la que la realidad del país es que el 89% del parque náutico es de menos de 9 metros de eslora.

El impuesto de matriculación de embarcaciones así como los tipos de IVA aplicables por interpretación de la Agencia Tributaria a la náutica deportiva resulta más elevado en España que en otros países europeos restando competitividad, encareciendo el precio del servicio al socio y consumidores finales. Tratándose en muchos casos de medios que sirven para la práctica deportiva, la interpretación de la Hacienda pública y la avidez de recaudación vía tasas y cánones por parte de las administraciones públicas portuarias sólo se entiende bajo el prisma de la impresionante deuda pública actual que se tratará de compensar por la subida de impuestos y gravámenes a los ciudadanos, en opinión de los asistentes.

¿Es TODA la **NÁUTICA DEPORTE**? ¿O qué parte de la **NÁUTICA** es **OCIO DE RECREO**?, ¿Dónde está límite? Otro debate novedoso y que resultará necesario desarrollar en el futuro debido a que la tendencia es a delimitar el PER o las esloras iguales o menores a 12 metros como náutica "popular". ¿Es la náutica deportiva simplemente una forma de ocio? O parte de ella es un bien cultural de interés social y que fomenta la salud pública. El texto refundido de la Ley de Puertos del Estado de reciente aprobación ya establece esta línea para determinar condiciones en el otorgamiento de concesiones a entidades sin ánimo de lucro. ¿Será ésta la solución Salomónica? El debate queda abierto.

LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA se abre como la única vía posible de caminar en los próximos años para que cada cual juegue su papel en la sociedad. La Administración pública ha de evolucionar hacia la colaboración con los clubes náuticos. Está demostrado que una adecuada dotación de las infraestructuras básicas –principalmente transporte, energía y telecomunicaciones– genera un impacto altamente positivo en el desarrollo de las economías locales y nacionales, en la medida que repercute en su productividad, crecimiento económico y competitividad, proporcionando, al tiempo, mejoras sustanciales en la calidad de vida de la población. No es menos cierto que los problemas de control presupuestario y de endeudamiento público han determinado que cada vez resulte más complicado obtener recursos de las arcas públicas, obligando a buscar fórmulas alternativas de financiación que permitan la canalización de recursos procedentes del sector privado para sacar adelante proyectos que, por si solos, los Estados no podrían asumir sin incrementar más aún su nivel de endeudamiento.



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

El CONSENSO de las Administraciones con los clubes náuticos, como sector empresarial estable y conocido, en una participación público-privada para la gestión de intereses públicos es fundamental para afrontar los retos que nos depara el futuro y poder evolucionar hacia el mejor servicio demandado por la sociedad.

6.- REALIDAD SOCIOECONOMICA

Los Clubes Náuticos de toda España han experimentado en los últimos quince años un proceso de permeabilización social. En primer lugar, el ascenso de las rentas entre las clases medias españolas y la valorización del ocio y del deporte han propiciado el aumento de usuarios de los CN. Su perfil se ha democratizado; de hecho, el usuario medio de un club náutico está bastante alejado de la imagen elitista que ofrecen los medios de comunicación. En general, son propietarios de barcos inferiores a 8 metros de eslora, practicantes de la pesca, de la vela o simplemente de la experiencia de navegar y del mar. Sin despreciar el impacto económico generado por los grandes yates, este usuario medio destaca por su fidelidad y por generar un flujo económico constante. En segundo lugar, los clubes náuticos de toda España, junto con las federaciones deportivas, son la fuente principal del vivero de deportistas aficionados a los deportes náuticos. Es el primer eslabón de una cadena que ata a toda la industria náutica. Sin la promoción que hacen los CN de deportes como la vela, el remo y otros a través de sus escuelas deportivas sería difícil entender el apoyo social a estos deportes. Esa labor social permite el acercamiento de cientos de niños y jóvenes al mar y genera unos flujos entre las poblaciones locales y los clubes náuticos a la vez que permeabiliza el espacio de los clubes ante la sociedad.

El impacto económico de los clubes náuticos no queda reducido al sector turístico. Los gastos inducidos por la actividad náutico-deportiva se extienden mucho más allá. Sectores como el pequeño y mediano comercio, la restauración, talleres de reparación y de suministros especializados, o la construcción de segundas residencias son alguno de los sectores directamente influenciados por esta actividad.

Mediante la exposición por parte de la Asociación de Clubes Náuticos de la Comunidad Valenciana (ACNCV) de datos provenientes de un estudio socio-económico elaborado por la Universidad de Alicante, se puede concluir que cada euro generado en el presupuesto de un CN que sale del bolsillo privado de los socios devuelve a la sociedad su valor x 4.5. Que el 65% de los deportistas y usuarios de nuestras instalaciones NO SON SOCIOS DEL CLUB. Que tanto directa como indirectamente se genera más empleo que una Marina, causado por la oferta de escuelas deportivas, personal dedicado a las actividades de cooperación y sociales, así como por la



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

contratación de entrenadores técnicos para los equipos de regatas. Aproximadamente, por cada empleo directo de los clubes náuticos, se generan 10 indirectos, según el estudio de la Universidad de Alicante.

Que SIN PEDER SEÑAS DE ENTIDAD y teniendo en cuenta la masa social variada y sus deportistas, cada club náutico siendo conocedor de ese impacto positivo en la economía local y el empleo estable debe dar a conocer a la sociedad esta realidad medida con DATOS OBJETIVOS. Procurando de este modo cambiar la percepción del ciudadano y de las Administraciones públicas hacia los clubes náuticos, desde la perspectiva de “los privilegiados” hacia la realidad de “benefactores de la sociedad”. Cuando la Universidad de Alicante finalice definitivamente el trabajo, la ACNCV dará a conocer los detalles de este estudio y los hará llegar a través de las dos asociaciones nacionales a los clubes interesados. Se trabajará en una proyección a nivel nacional en una segunda parte del trabajo.

7.- RETOS DE FUTURO

Perseverar en la UNIDAD de todos los clubes náuticos españoles para poder mantener una unidad de acción, auspiciados por la REAL FEDERACION ESPAÑOLA DE VELA y las correspondientes Federaciones Autonómicas (como rigen sus Estatutos) a través de sus correspondientes Asociaciones Nacionales y de sus Asociaciones Autonómicas de clubes náuticos. Este es el camino para la correcta defensa de los intereses generales y para poder explicar debidamente a la sociedad la realidad de los clubes náuticos del Siglo XXI.

Ahondar en la relación con la Administración mediante el modelo PPP: **Partenariados Públicos Privados**. Los modelos de asociación público-privada, denominados comúnmente PPP, pueden ser definidos como acuerdos de cooperación entre entes públicos y privados, en virtud de los cuales, a través de diferentes instrumentos, técnicas, alcance y plazos, se implica al sector privado en el diseño, construcción, mantenimiento, gestión y/o financiación de infraestructuras o servicios de interés público, transfiriéndole riesgos y responsabilidades, pero manteniendo, al tiempo, la Administración, potestades de control y regulación de la actuación de los entes privados intervinientes. La situación de la Administración es en relación de Gobernanza cuyo resultado es que los proyectos realizados al amparo de estos modelos se benefician de todas las ventajas de la gestión privada, al tiempo que gozan de la protección y las facilidades que la Administración otorga a la iniciativa pública, dando lugar a una cooperación sumamente ventajosa para ambas partes y para el conjunto de la ciudadanía. Esta cooperación debiera ser duradera y EN EQUILIBRIO de fuerzas, donde todos ganen.



SIMPOSIO DE CLUBES NÁUTICOS, BARCELONA 2011

Deporte para todos. Es imprescindible seguir trabajando para proporcionar un acceso real a la actividad náutica a los que serán algún día futuros socios de nuestros clubes, ya no sólo para dar cumplimiento al derecho de la ciudadanía a practicar deporte con las máximas garantías de calidad y seguridad, sino por una cuestión de salud pública y de responsabilidad social. España no sólo destaca en deportes náuticos por sus resultados en la competición. En este tiempo ha demostrado su capacidad organizativa acogiendo eventos de carácter internacional. Sin duda, en los próximos años tendrá nuevas oportunidades para confirmar sus potencialidades en ese ámbito. En el horizonte inmediato aparecen, como retos del máximo nivel, competiciones como los campeonatos mundiales de Santander, las pruebas del circuito ISAF, etc y quien sabe si pronto unas Olimpadas. Las Administraciones han de apoyar no sólo estas iniciativas, siempre que sean coherentes y sostenibles, sino aquellas pruebas nacionales e internacionales que los clubes náuticos más modestos programan en sus instalaciones en municipios de toda España que sirven como seña de identidad de ese municipio o Comunidad.

Y por último, el reto más importante.... comunicar, comunicar y comunicar que la náutica está al alcance de todos.

En Barcelona, a 12 de Noviembre de 2011.

COMITÉ ORGANIZADOR

Gerardo Pombo García, Presidente de la Real Federación Española de Vela (RFEV)

Jose María Martín Puertas, Vicepresidente de la Real Federación Española de Vela (RFEV)

José Jaubert Lorenzo, Presidente de la Confederación Española de Asociaciones de Clubes Náuticos (CEACNA)

Pedro Labat Escalante, Vicepresidente de la Asociación Española de Clubes Náuticos (AECN)

Gerard Esteva Viladecans, Presidente de la Federación Catalana de Vela (FCV)

Carlos Torrado Campos, Gerente de la Asociación de Clubes Náuticos de la Comunitat Valenciana (ACNCV)