

**Estrategias innovadoras  
en Productos.  
Casos de estudio**

**Capítulo 1.**

**Actividades de  
renovación de la  
oferta litoral: el caso  
del turismo de buceo  
en las Islas Canarias**



**Raquel de la Cruz Modino  
José J. Pascual Fernández  
Agustín Santana Talavera  
Pedro E. Moreira Gregori**

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y  
Sociales, Universidad de La Laguna

**Resumen:** Este trabajo sintetiza los resultados de diversos estudios exploratorios llevados a cabo en el ámbito del Archipiélago Canario sobre diferentes grupos de usuarios del litoral relacionados con la actividad del buceo autónomo deportivo, en el marco de distintos proyectos de investigación. El buceo autónomo deportivo, como otros productos y subproductos, es enarbolado, en la actualidad, en el seno de diferentes propuestas de lanzamiento, readaptación o mejora de micro-destinos de las Islas Canarias. Para muchos es considerado como una forma *blanda* o *alternativa* de turismo. Este texto aspira a examinar la novedad turística de la actividad constituida como producto, describir y caracterizar el perfil de sus principales usuarios, y evaluar someramente algunos de sus impactos socioeconómicos y socioecológicos.

**Palabras clave:** Buceo, turismo, readaptación, micro-destino, alternativo

**Abstract:** This paper summarizes the results of some exploratory studies developed in the Canary Islands over different coastal user groups related to scuba diving activity, in the context of different research projects. Scuba diving, like other products, is currently utilized as a tool for the improvement of micro-destinations in the Canary Islands. It is considered as a form of *soft* or *alternative* tourism. This paper aims to examine the novelty of this tourist activity, describe and characterize the profile of its main users, and evaluate some of their socio-economic and socio-ecological impacts.

**Keywords:** Scuba-diving, tourism, rehabilitation, micro-destination, alternative

# Actividades de renovación de la oferta litoral: el caso del turismo de buceo en las Islas Canarias

## 1. Introducción

Este texto examina el desarrollo de la actividad del buceo, y más concretamente del producto *turismo de buceo* en el conjunto del Archipiélago Canario, a colación de diversos proyectos de investigación desarrollados, a este respecto, en numerosos micro-destinos de la geografía española. Consideramos especialmente los resultados del estudio: *Descripción e Impacto Económico del Buceo con Condrictios en Canarias –CONDRICTCAN–*<sup>1</sup>, y del proyecto *EMPAFISH*<sup>2</sup>, a lo largo de cuyo desarrollo se trabajó en torno a un conjunto de destinos de buceo españoles –no únicamente canarios–, marcados por la presencia de áreas marinas protegidas en sus costas<sup>3</sup>.

---

1 El proyecto “Descripción e Impacto Económico del Buceo con Condrictios en Canarias” 9110073-CONDRICTCAN, fue financiado por la Shark Alliance, una coalición global sin ánimo de lucro de organizaciones no gubernamentales, que se dedica a restablecer y conservar las poblaciones de tiburones mejorando las políticas de conservación de estos animales. El informe final y sus resúmenes ejecutivos están disponibles en [www.sharkalliance.org](http://www.sharkalliance.org) a 20 de Septiembre de 2010. El estudio realizado se enmarcó también dentro de las investigaciones vinculadas a los proyectos “El análisis de gobernabilidad aplicado al proceso de creación de áreas marinas protegidas. CSO2009-09802” financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y el FEDER, así como el “Proyecto Estructurante en investigación e innovación en Turismo.1802400902”, financiado por la ACIISI, el FEDER y la Universidad de La Laguna.

2 *Marine Protected Areas as tools for Fisheries management and conservation*, financiado por el 6th FPRD, European Union, SSP, <http://www.um.es/empafish/>.

3 Los objetivos de ambos proyectos difieren entre sí, pero en ambos casos se analizó detalladamente el perfil, origen, y ciertas expectativas de los turistas buceadores. En el marco del proyecto CONDRICTCAN se diseñaron dos cuestionarios de trabajo de campo. Uno de ellos se desarrolló específicamente para entrevistar a los agentes comercializadores del buceo en las Islas Canarias. En total se rellenaron 42 cuestionarios de manera presencial durante entrevistas semi-estructuradas, realizadas a los dueños o directores de los centros de buceo, entre los meses de julio, agosto, septiembre y octubre del año 2009. Otros 3 cuestionarios fueron remitidos por los agentes vía Internet. El número de entrevistas realizadas se situó globalmente en torno al 50% del total de operadores localizados en cada una de las siete islas canarias, además de La Graciosa. En algunas, como La Palma o La Graciosa, obtuvimos prácticamente el 100%. Tenerife resultó ser una excepción dada ciertas dificultades para estimar el número exacto de centros de buceo operando, debido a la volatilidad y al carácter temporal de algunas de estas empresas. Ciertas estimaciones pueden llegar a cifrar el número total de agentes comercializadores de buceo en Canarias en torno a los 167, no obstante esas cifras no diferencian entre empresas y clubes sin ánimo de lucro. Y tampoco reflejan la verdadera incidencia en la actividad de estos establecimientos, ya que algunos trabajan de manera temporal o dedicados exclusivamente a la enseñanza y sin comercializar la actividad concreta de inmersión. En la Isla de Tenerife, en el marco del mismo proyecto se desarrolló además un cuestionario específico para buceadores, sobre una muestra de 128 individuos, turistas y residentes. A pesar de que se trató de una muestra exploratoria y meramente intencional, recabamos ciertas informaciones relativas al perfil de los buceadores, de los turistas buceadores, y concernientes al desarrollo de su actividad. Estas completaban las disponibles desde el proyecto EMPAFISH. En el seno de este proyecto, durante los meses de Julio y Agosto de los años 2005 y 2006, se encuestó a un total de 1.211 turistas buceadores localizados en un conjunto de micro-destinos de buceo españoles: Beni-

Comúnmente el turismo se desarrolla apropiándose de un espacio y explotando de maneras diferentes y novedosas los recursos que en éste se encuentran. Emplea atractivos medioambientales potencialmente explotables económicamente, que abarcan atracciones básicas como el sol, el mar y la arena, pudiendo aprovechar otros atractivos presentes en las áreas de destino como lugares de interés histórico, complementándolos con la construcción de infraestructuras y áreas recreativas (Santana Talavera, 2003: 144). Además, con la promoción y la articulación de una larga cadena de actividades, el turismo logra generar una demanda adaptada a cada destino ofertado. Luego, en su especialización, incluye nuevas actividades y nuevas áreas; añadiendo nuevos productos en los destinos ya consolidados, y logrando con ello crear o adaptar diferentes formas de uso de los recursos presentes en estas zonas en su vertiente turística. El texto que aquí se presenta ejemplifica este movimiento a partir del análisis de una actividad-producto concreta, el turismo de buceo, en las Islas Canarias.

El turismo de buceo es un producto enmarcado en lo que se denomina *turismo marino*, el cual ha demostrado una relativa capacidad de *revitalización* en destinos turísticos maduros del Mediterráneo, y cierto potencial de distinción o *singularización* de destinos y productos en el Archipiélago Canario (De la Cruz Modino, R. & Santana Talavera, A., 2008a). El turismo marino ha promovido actividades complementarias, en unos casos, y alternativas, en otros, a la explotación turística tradicional del medio marino (Santana Talavera, 2002:16). Es más, una vez el sistema turístico consagra la actividad del buceo en una forma de practicar turismo, algunas de las islas han comenzado a recibir visitantes más interesados en los fondos marinos que en los supuestos atractivos con los que cuentan su ámbito terrestre, más interesados en disfrutar del mar desde el fondo que en superficie. Lo que se ha hecho acompañar de un cierto o moderado crecimiento turístico en áreas costeras tradicionalmente alejadas de los principales núcleos receptores de turismo tales como La Restinga –en la isla de El Hierro– o Caleta de Sebo –en La Graciosa–.

Tradicionalmente las actividades turísticas vinculadas al mar de las costas canarias han estado asociadas al turismo de sol y playa; y su desarrollo y diversificación han ido de la mano del desarrollo de turismo de masas. Este último, siguiendo la clasifi-

---

dorm (en la provincia de Alicante), Cabo de Palos (Murcia), Columbretes (Castellón), Medas (Gerona), La Restinga (Santa Cruz de Tenerife) y Tabarca (Alicante). De manera similar, en el seno de este proyecto, se encuestó a agentes comercializadores y empresarios de buceo. Aunque el proyecto EMPAFISH consideró un total de 21 localidades o áreas de trabajo que comprendían diversas regiones europeas de la costa mediterránea y atlántica, en este texto nos referiremos únicamente a las localidades señaladas anteriormente, donde se trabajó específicamente con turistas buceadores dentro del WP3 en el que participamos activamente durante el desarrollo del proyecto. Para más información véase <http://www.um.es/empafish/>.

cación de Valene Smith (1977:68), con una afluencia continua de visitantes, supuso hace ya unas décadas el gran salto hacia el desarrollo turístico de aquellos lugares accesibles a la clase media, pero también modificó de manera considerable la escena local (Santana Talavera, 1997:38-39) del Archipiélago. Frente a ese, el turismo marino pone actualmente en valor otros o los mismos atractivos de la zona costera o litoral, pero alejándolos de la actividad lúdico deportiva tradicionalmente desarrollada –deportes náuticos, excursiones marítimas, baño, pesca deportiva...– para vincularlos a la estética de la naturaleza, el medioambientalismo y la cultura (Santana Talavera, 2002:15). El turismo marino, y concretamente el turismo de buceo, ha podido dar el salto desde la orilla para convertir los fondos submarinos de las islas en un recurso turístico cuyas oportunidades y limitaciones deben ser analizados.

Se parte de considerar que el turismo de buceo, aunque generalmente sea relacionado con el deporte y la contemplación medioambiental, y aparentemente se vincule a un alto poder adquisitivo y a la práctica de las élites, puede expresarse bajo modelos de desarrollo tan cercanos al turismo de masas / chárter como de turismo inusual (Smith, V. 1977). Véase una propuesta clasificatoria de modelos e impactos ejemplificada en De la Cruz Modino, R. & Santana Talavera, A. (2008a). Esto puede resultar en un producto-actividad insostenible en términos socioeconómicos y ecológicos para el conjunto del destino, como cualquier otro producto o iniciativa.

De manera similar se asume que bajo la apariencia de igualdad bajo un mismo rótulo, “turismo de buceo”, existen diversas líneas estratégicas de comercialización y explotación de recursos que requieren ser examinados, en aras valorar la verdadera capacidad del producto y sus necesidades de adaptación-gestión, considerando las necesidades, limitaciones e imagen global del destino Canarias. En líneas generales, es preciso apuntar que en cada isla del archipiélago el buceo puede concretarse de forma diferente atendiendo a los distintos tipos de turistas, a las características de desarrollo turístico de cada área costera, al segmento de mercado dominante, así como a las posibilidades de crecimiento de la actividad en términos ecológicos, económicos e infraestructurales.

Este texto tratará de analizar también ciertas oportunidades de explotación de la actividad, ligadas a la capacidad de renovación, singularización o distinción de la imagen del destino global en Canarias, a colación de los datos arrojados por los estudios anteriormente citados.

## 2. El sector del buceo en Canarias y España: consideraciones generales y necesidades de estudio

El turismo de buceo ha demostrado un comportamiento creciente en los últimos años a nivel mundial, aunque no existen demasiados trabajos que analicen de manera sistemática este crecimiento en los destinos y micro-destinos de la costa española<sup>4</sup>. La falta de un registro común de licencias de buceo en España hace difícil saber cuántos buceadores hay en el conjunto nacional<sup>5</sup>, o cuántos realizan viajes de buceo. Un estudio de la Secretaría General de Turismo<sup>6</sup> estimó que, en el año 2006, las actividades relacionadas con el buceo movieron un volumen de negocio de 477 millones de euros: un 45% del volumen de mercado de todo el sector turismo náutico –chárter, paseos en barca, alquiler de embarcaciones, etc.– Pero carecemos de datos que nos indiquen qué porcentaje de esos 477 millones se corresponde a turistas extranjeros demandando el producto buceo, y qué porcentaje corresponde a buceadores españoles locales, bien sean éstos locales, visitantes, turistas domésticos o de proximidad.

El Archipiélago Canario concentra un alto número de centros de buceo, registrando la Isla de Tenerife y la Isla de La Graciosa el mayor y el menor número de estos establecimientos respectivamente, según se desprende un análisis de la distribución geográfica de centros de buceo realizado tomando como base los centros registrados en [www.buceo.com](http://www.buceo.com), [www.bajoelagua.com](http://www.bajoelagua.com) –dos de los servidores de buceo más importantes en España on-line– y la lista de los Centros PADI<sup>7</sup>. La mayor parte de los establecimientos de buceo de España, de hecho, se concentra en la costa sur del Mediterráneo y en las Islas Canarias (De la Cruz Modino et al., 2010).

---

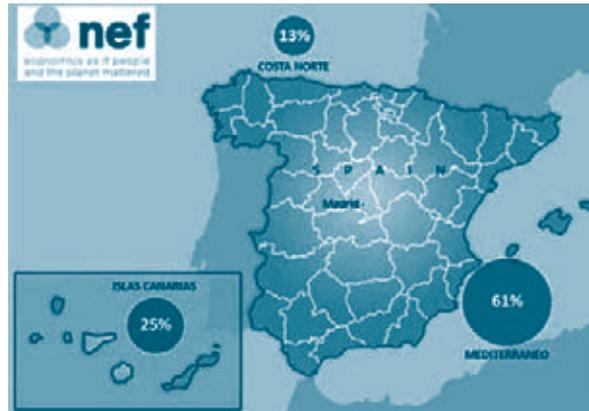
4 El trabajo de Mundet y Ribera (2001) sobre la evolución del micro destino de buceo L'Estartit – Islas Medas –, constituye una notable excepción en este sentido.

5 Actualmente existen, a nivel mundial, diferentes sistemas de enseñanza y certificación de buceadores. En Canarias el Decreto 35/2006, de 25 de abril publicado en el BOC nº 86, de 5 de Mayo de 2006, reguló la actividad de los centros de buceo y las enseñanzas deportivas-recreativas subacuáticas, reconociendo y homologando en esta comunidad autónoma los sistemas desarrollados por: la Asociación Profesional de Instructores de Buceo (*Professional Association of Diving Instructors, PADI*), la Asociación Española de Actividades Subacuáticas (FEDAS), de la Confederación Mundial de Actividades Subacuáticas (CMAS) –en la que FEDAS se halla integrada–, de la Certificación Internacional Americano – Canadiense de Submarinismo (*American Canadian Underwater Certification Internacional, ACUC*), de la Escuela Ibérica de Buceo (*Ibérica Diving School, ISI*), de la Asociación Internacional de enseñanza de Buceo (*International Diving Educators Association, IDEA*).

6 Instituto de Turismo de España (Turespaña). Turismo Náutico, Series “productos turísticos”, 2006.

7 *Professional Association of Diving Instructors*.

## Imagen 1. Distribución de los centros de buceo en España



Fuente: New Economics Foundation<sup>8</sup>

Aproximadamente hay 96 centros de buceo en las islas trabajando de manera continuada, si bien podemos hallar hasta 163 entidades en algunos registros, considerando centros y clubes<sup>9</sup>, aunque sólo hay 59 centros –empresas– autorizados por el Gobierno de Canarias para ejercer de manera oficial la actividad comercial del buceo autónomo deportivo en el Archipiélago, en Agosto de 2010<sup>10</sup>. No tenemos datos sobre el número total turistas buceadores –nacionales y extranjeros– en Canarias, una información esencial para poder estimar el impacto económico a nivel regional. Para obviar en cierta medida este problema, se asume que un 1% de los turistas que visitan las islas son buceadores. Este dato se desprende de las investigaciones desarrolladas sobre el sector del buceo en Canarias, contrastando información sobre las islas con datos de otros países donde el número de buceadores y turistas es conocido como Tailandia, donde un 3,8% de los turistas son buceadores<sup>11</sup>.

8 Véase: De la Cruz Modino, R., Esteban, A., Crilly, R. & Pascual-Fernández, J. (2010) “Bucear con tiburones y rayas en España. Análisis de su potencial en España y de los beneficios económicos de la actividad en las Islas Canarias”. Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna y nef, 39 pp.

9 En Canarias, como sucede en la España Peninsular, conviven empresas comercializadoras de buceo y clubes deportivos sin ánimo de lucro que, en ocasiones, van a ofertar el mismo producto para turistas y buceadores locales. Este reconocimiento, en ocasiones, ha enfrentado al conjunto del sector, ya que los requerimientos por parte de las Administraciones y circunstancias de comercialización son diferentes entre unos y otros.

10 Fuente: Gobierno de Canarias, Vicenconsejería de Pesca del Gobierno de Canarias, “Relación de los centros de buceo deportivos-recreativos subacuáticos autorizados en la comunidad autónoma de canarias, conforme el decreto 35/2006, de 25 de abril (BOC nº 86, de 5 de Mayo de 2006). Disponible en: <http://www2.gobiernodecanarias.org/agricultura/pesca/formacion/centrosbuceo.pdf>

11 Véase: De la Cruz Modino, R., Esteban, A., Crilly, R. & Pascual-Fernández, J. (2010) “Bucear con tiburones y rayas en España. Análisis de su potencial en España y de los beneficios económicos de la actividad

De manera similar, y por encima de los escasos datos e informaciones oficiales de que disponemos, según se desprende de proyectos de investigación desarrollados a nivel nacional<sup>12</sup>, es posible apuntar que España y Canarias es un destino de turistas buceadores nacionales principalmente. En el año 2008, según datos del proyecto EMPAFISH, la mayoría de los buceadores concentrados en los destinos turísticos de buceo de la Costa Mediterránea y Atlántica española eran de origen nacional: Benidorm: 86%, Cabo de Palos: 96%, Islas Columbretes: 98%, L'Estartit–Islas Medas: 36%, Isla de Tabarca: 91%, y La Restinga: 98%, en los porcentajes indicados. El caso de las Islas Medas, en la Costa Mediterránea, resulta una excepción frente al conjunto de destinos de buceo nacionales, ya que se trata de un importante núcleo receptor de turistas buceadores europeos procedentes de los Países Bajos y Francia, sobre todo. Estudios sobre el perfil de los turistas buceadores en España, como los realizados dentro del proyecto EMPAFISH, señalaban que la mayoría de ellos eran turistas domésticos o de proximidad, que pernoctan en hoteles, apartamentos o casas de su propiedad, permaneciendo una media de 7 días en alguno de los destinos estudiados. El nivel de ingresos medios de estos turistas estaba situado en torno a los 2.400 y 3.600 euros mensuales, salvo en los casos de las Islas Medas –Cataluña– donde esa cifra es ligeramente inferior, y La Restinga –El Hierro, Islas Canarias– donde, por el contrario, el 48% de los turistas buceadores reconocían unos ingresos medios de entre 3.660 y 4.800 euros, entre los años 2005 y 2006 durante los cuales se desarrollaron diversas encuestas a turistas buceadores en las áreas mencionadas. En los destinos de buceo más importantes de la Costa Mediterránea española –Benidorm, Cabo de Palo, Islas Columbretes, L'Estartit–Islas Medas e isla de Tabarca–, el perfil más característico de los turistas buceadores se corresponde con: varón, una edad media de 37 años, que suele bucear contratando los servicios de un operador comercial, desde hace aproximadamente una década, y que realiza una media de 35 buceos al año. Este perfil es extrapolable al caso de las Islas Canarias.

En los destinos de buceo del Mediterráneo español predominan las empresas relativamente jóvenes, creadas en su mayoría en los años 90, trabajando una media de 9 meses y medio al año, y realizando desde 140 inmersiones –las de menor intensidad como Cabo de Palos– hasta 8.250 al año<sup>13</sup> –las de mayor extensión empresarial, como se halló en Tabarca–. A diferencia de otros destinos de buceo del Mediterráneo y del Atlántico, en España predominan las pequeñas empresas, muchas de carácter familiar, trabajando con 1 o 2 embarcaciones con capacidad para más de 10 pasajeros<sup>14</sup>.

---

en las Islas Canarias". Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna y nef, 39 pp.

<sup>12</sup> Véase: Alban F., Person J., Roncin N. and Boncoeur J., 2008. Analysis of Socio-Economic Survey Results. EMPAFISH Project. Disponible en <http://www.um.es/empafish/>; a 15 de Septiembre de 2010.

<sup>13</sup> Fuente: Alban F., Person J., Roncin N. and Boncoeur J., 2008. Analysis of Socio-Economic Survey Results. EMPAFISH Project. Disponible en <http://www.um.es/empafish/>; a 15 de Septiembre de 2010.

<sup>14</sup> Íbid.

En España el precio medio de una inmersión se sitúa en torno a los 29,7 euros si bien esa cifra puede variar sustancialmente en función de las diferentes estrategias de comercialización aplicadas –paquetes de buceo, precio escalado, servicios añadidos, etc.–. El número de clientes que llegan a recibir al año estas empresas puede alcanzar los 8.000 –caso de Tabarca– aunque la media se sitúa en torno a los 4.447 buceadores<sup>15</sup>.

En el contexto del Archipiélago Canario además es necesario mencionar que, tomando la cifra de los centros de buceo autorizados a ejercer la actividad en el verano del 2010, aproximadamente un 70% las empresas corresponden a propietarios de origen no español y se localizan en la Provincia de Las Palmas de Gran Canaria, en las Islas de Lanzarote y Gran Canaria en su mayoría.

### 3. El desarrollo del buceo en Canarias

En las Islas Canarias, a pesar de que la longitud de las costas es relativamente importante con 1.554 Km de perímetro litoral, y que es posible localizar actividad de buceo autónomo deportivo en gran parte de ellas, la explotación comercial de esta actividad se organiza en torno a una serie de áreas especialmente favorecidas por las condiciones de acceso al mar y su relación con determinados núcleos turísticos. En líneas generales diremos que la mayor parte de las inmersiones se llevan a cabo desde la orilla y sobre puntos de inmersión a pocos metros de la costa. Esto es debido a la reducida plataforma submarina existente en muchas islas, y porque se alcanzan grandes profundidades a muy poca distancia (Hanquet, S., 2000:17). No obstante, y a pesar de la cercanía, hemos de considerar que las zonas de acantilados representan el 67% del litoral de las islas. Y que los escasos y difíciles accesos al mar, y la implementación de figuras de Áreas Marinas Protegidas –AMPs– en varias islas del Archipiélago en las que está prohibido el buceo desde tierra, han obligado a muchas empresas a organizar las inmersiones desde embarcación<sup>16</sup>.

En las islas occidentales –Tenerife, La Gomera, El Hierro y La Palma– la existencia o no de zonas de calma respecto del régimen de vientos dominantes, ha sido determinante. En las zonas Suroeste, donde hallamos los mejores accesos al mar y se concentran la mayor parte de los turistas, las condiciones climáticas permi-

---

<sup>15</sup> Íbid.

<sup>16</sup> En las tres AMPs que hoy por hoy existen en Canarias - La Reserva Marina de Interés Pesquero – RMIP – de La Graciosa e islotes del Norte de Lanzarote (creada en 1995); la RMIP Punta de La Restinga – Mar de Las Calmas (El Hierro, creada en 1996); y la RMIP de La Palma (creada en 2001)- el buceo está regulado. Si bien, y a pesar de estas restricciones, tal y como ha sucedido en otras Áreas Marinas Protegidas españolas, el número total de turistas buceadores ha seguido creciendo en estos espacios a lo largo de los años, en términos generales.

ten el ejercicio continuado de la actividad durante todo el año. Muchos de estos núcleos costeros, entre sus infraestructuras turísticas, cuentan con puertos deportivos y áreas en las que es posible localizar instalaciones de buceo deportivo. En las islas orientales, especialmente en Lanzarote y Fuerteventura, en cambio, el buceo se desarrolla mayoritariamente en la franja Este de las islas. Estas zonas son las que presentan mayor erosión, los mejores accesos al mar y las mayores concentraciones de población local y oferta turística. Los tipos de fondo sobre los que se desarrollan la mayoría de las inmersiones en Canarias son blandos o rocosos principalmente. Los primeros están formados por partículas sueltas, predominando la arena de origen orgánico –restos de conchas, corales, etc. – o volcánico –incluso con pequeñas piedras– (Hanquet, S., 2000: 24). Los fondos rocosos presentan diferentes ambientes dado el origen volcánico de las islas en las que podemos encontrar coladas y brazos de lava, cañones submarinos y arcos, y especialmente *bajones*, *veriles* y arena, existiendo una variedad importante de ambientes.

Son pocos los estudios que hayan evaluado los efectos ecológicos del buceo autónomo deportivo en Canarias. En el contexto del conjunto de las AMPs españolas se han desarrollado diversos estudios con distintos niveles de relevancia<sup>17</sup>. El impacto de la actividad concreta de inmersión depende de dos variables: la magnitud de acción y la sensibilidad del medio receptor. Asumiendo que cualquier actividad humana tiene efectos sobre el medio en el que se realiza, algunos de los posibles efectos nocivos del buceo son: 1) molestias a la fauna durante periodos críticos; 2) desorientación de la fauna; 3) cambios en el comportamiento de algunas especies, producto de prácticas tales como su alimentación –el denominado *feeding*; 4) molestias producidas por luz artificial; 5) expoliación del fondo submarino; 6) degradación de grutas y cuevas por el roce producido con las botellas o con utensilios para ligar cuerdas, y por *embolsamiento* del aire de las burbujas; 7) el efecto sobre el lecho marino derivados del aleteo, del uso continuado del ancla o de fondeos inadecuados; 8) contaminación sonora, y contaminación por hidrocarburos y material orgánico (De la Cruz Modino, R., Santana Talavera, A., 2008b:237). La mayoría de los estudios científicos de los que se dispone, enlazan los efectos negativos producidos por el buceo con la existencia de comunidades faunísticas sésiles (Barker, H., & Roberts, C., 2004; Hasler, H., & Ott, J., 2008).

---

<sup>17</sup> En Tenerife, ciertas iniciativas tratan de promover el buceo sostenible en el marco de nuevas iniciativas de protección del medio marino. Véase por ejemplo <http://www.buceosostenible.org/index.ds>.

## Imagen 2. Buceador en La Restinga, Isla de El Hierro



Foto: David Acuña

A pesar de las especiales y propicias condiciones reinantes en el archipiélago, son pocas las estrategias de comercialización del producto *buceo en las Islas Canarias* a nivel regional; predominando las iniciativas empresariales particulares, que pueden distar enormemente de una isla a otra y dentro de una misma isla, dependiendo principalmente del peso relativo del sector turístico en cada zona. En líneas generales podríamos decir que la explotación comercial de la actividad ha ido creciendo de manera no organizada, y en muchos casos informalmente, aprovechando la presencia o las instalaciones de clubes que son entidades deportivas sin ánimo de lucro. Internet está contribuyendo a la comercialización y a hacer visible la actividad en las islas de manera decisiva, y en islas como El Hierro, en los últimos años se están llevando a cabo importantes esfuerzos de promoción turística de la actividad.

En las zonas SW de Tenerife y Gran Canaria, y en las Islas de Lanzarote y Fuerteventura sobre todo, la extensión de la actividad comercial del buceo se asocia con el crecimiento de grandes núcleos turísticos o *resorts* donde el producto de buceo puede ser consumido como cualquier otro bien o servicio relacionado con el sol y la playa –o el mar en este caso.

En las Islas de La Gomera, La Palma y La Graciosa, la actividad es relativamente incipiente o está muy poco desarrollada. El Hierro es un caso excepcional, pues en el núcleo de La Restinga el producto buceo deportivo se ha desarrollado comercialmente sin que se hubiera creado una infraestructura turística adecuada al ritmo de crecimiento de la actividad. Han sido esenciales para ello las circunstancias climatológicas reinantes que posibilitan el desarrollo del buceo durante todo el año en condiciones excelentes de temperatura y visibilidad, cierta proyección de la reserva marina existente en la zona y los esfuerzos de las administraciones locales por promocionar turísticamente el enclave.

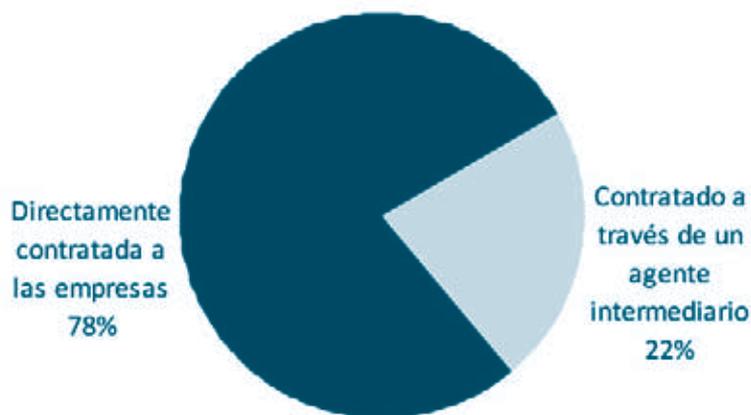
La variedad de contextos ecológicos y de compradores potenciales –buceadores residentes, turistas domésticos y de proximidad, turistas extranjeros y turistas españoles– explica también la diversidad de recursos sobre los que se articulan las estrategias de venta del producto. En El Hierro, aproximadamente del 90% de la actividad se lleva a cabo en la zona del *Mar de las Calmas* donde se ubica una reserva marina, siendo éstos sus principales valores de venta. En la Isla de La Palma existe una oferta extremadamente reducida; sólo cuenta con tres empresas que comercialicen buceo y algunos clubes deportivos, y la mayoría de las inmersiones se realizan en torno a los 2 núcleos turísticos más importantes de la isla, Puerto Naos y Los Cancajos. Algo similar sucede en Fuerteventura, donde el buceo está incorporado o aparece anejo a complejos turísticos de la costa. La Isla de La Gomera es la que, conjuntamente con El Hierro, registra una menor incidencia turística. Los valores paisajísticos y de descubrimiento, en la que es la más pequeña de las Canarias, se convierten en el principal reclamo para unos turistas buceadores que son principiantes en su mayoría. En La Graciosa, al norte de Lanzarote, sólo existe un centro de buceo pero prácticamente el 100% de las inmersiones que se realizan son llevadas a cabo por buceadores turistas y visitantes que han contratado un servicio de buceo a ésta, o a alguna de las empresas de la isla vecina de Lanzarote.

A pesar de las variaciones señaladas y la especialización por segmentos de mercado, donde hallamos cierta homogeneidad es en el perfil de los agentes comercializadores del buceo. En Canarias predominan las pequeñas empresas, de carácter familiar generalmente, en las que trabajan activamente los propios dueños y menos de 4 empleados en total. Buena parte de la distribución del producto buceo se realiza de manera directa, y generalmente a través de Internet. Un escaso porcentaje de las empresas canarias realiza sus contrataciones a través de agentes minoristas u otros intermediarios, aunque prácticamente todas suelen colaborar o asesorar a los turistas buceadores en la organización de su viaje. En algunos casos, y cada vez de forma más popular, las empresas desarrollan diversas estrategias de alquiler de material, ofreciendo un coste de inmersión integrado<sup>18</sup>. De cualquier manera,

<sup>18</sup> Por ejemplo, la mayoría de los centros de buceo ubicados en destinos turísticos cuentan con un precio unitario –en torno a los 40 o 45 €– en el que se incluye el alquiler de equipos y material de buceo.

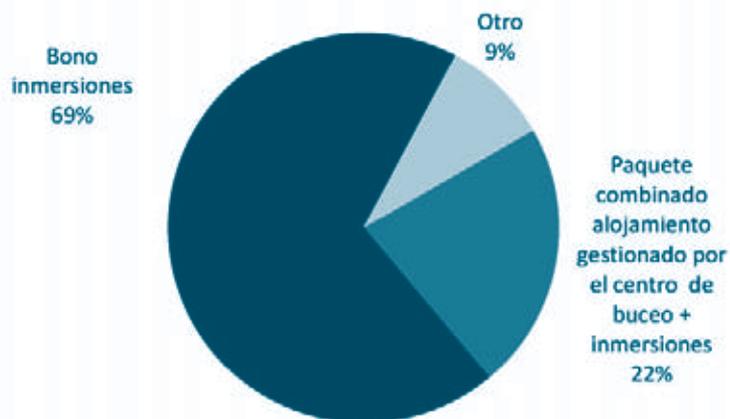
encontramos importantes diferencias entre el precio de la inmersión en centros donde bucean mayoritariamente residentes, y el precio de la inmersión en centros con un público mayoritariamente turista.

**Gráfico 1. Distribución-Comercialización del producto buceo**



Fuente: Proyecto CONDRITCAN

**Gráfico 2. Fórmula de contratación de la inmersión**



Fuente: Proyecto CONDRICTAN

Hemos hallado otros casos en los que el precio de la inmersión puede situarse en los 30 de media, al que se le añade un extra de 5 a 15 € por alquiler de todos los elementos que el buceador pueda requerir. No existen grandes diferencias entre unos y otros centros. Las diferencias más grandes las hallamos entre estos centros que trabajaban con buceadores turistas y aquellos otros que trabajaban con buceadores residentes en los que el precio de la inmersión puede bajar hasta los 18 o 12 €. Fuente: De la Cruz Modino, R., et al., 2010

## 4. Características de la demanda e impacto económico del turismo de buceo en Canarias

El fondo marino posee tres atractivos indiscutibles para el común de los turistas buceadores: virginidad, posibilidad de descubrimiento–aventura, y exclusividad. Tres valores utilizados de forma más o menos explícita por el sistema turístico tanto para generar la oferta como para alentar la demanda. La práctica del buceo, tanto en Canarias como en otros micro–destinos españoles, se promociona como una experiencia personal, como una vivencia exclusiva en la que siempre, da igual que se repita el lugar de la inmersión, se pueden descubrir nuevos colores, animales, o paisajes. En el conjunto de los destinos de buceo, según el discurso de la empresa turística, no existe uno ideal sino que cada uno tiene su especificidad y esto alienta la sensación de aventura y las ansias por descubrir del turista buceador. Frente a las atracciones en tierra, en los destinos de buceo, considerando el dinamismo del entorno acuático en el que se desenvuelve la actividad –por ejemplo, los cambios que acarrearán las variaciones en la luz, las épocas de desove de los diversos peces, de paso de especies pelágicas...–, cada inmersión puede resultar en cierto grado *diferente*, y cada destino absolutamente diferente a otro. La promoción del turismo marino incide en la experiencia personal porque, además de todo lo apuntado, las vivencias, las expectativas y el bagaje de cada buceador hacen que cada inmersión sea en cierto modo diferente y especial para cada turista, convertidos en este caso en protagonistas de su propia aventura.

El buceo, y más concretamente el turismo de buceo, es una actividad eminentemente contemplativa. Y su público objetivo comparte los mismos rasgos detallados para otras tipologías o caracterizaciones de turistas culturales. Forman parte del mismo grupo de “nuevos turistas” –como detalla Martín de la Rosa, B., 2003a:158–cuyas motivaciones han pasado a ser más activas y cuyas demandas se concentran en torno a experiencias que les permitan “acercarse” más al destino, a su paisaje, a sus gentes... (Martín de la Rosa, B., 2003a:158). El turismo de buceo responde en buena parte a las mismas demandas de los viajeros contemporáneos, basadas en el conocimiento, la identidad y la diversión (Smith, 2001:109). Y el paisaje submarino, el cual representa una ruptura con el espacio cotidianamente vivido, interpretado desde la lejanía terrestre y los entornos urbanos, constituye un escenario perfecto donde experimentar la nostalgia más que alentar el conocimiento ([Herbert, 1995] c.f Martín de la Rosa, B., 2003a: 159) y una *actitud romántica* ([Urry, 1995, 2000] c.f. Martín de la Rosa, B., 2003a:159) que busca la virginidad, la autenticidad, o cuando no vestigios de un entorno perdido. El océano infinito, especies vegetales o animales inusuales, restos del patrimonio histórico sumergidos, o paisajes radicalmente diferentes a los terrestres.

## 4.1 Expectativas e imágenes del buceo

¿Qué es lo que busca el turista buceador? En primer lugar, romper absolutamente con su vida y ritmo cotidiano, además de sentirse protagonista de su propio viaje (una aventura hacia el descubrimiento) y privilegiado por acceder hasta lugares inaccesibles para la mayoría de los mortales. Los turistas buceadores exigen tiempo para descubrir el fondo marino por oposición a las actividades desarrolladas en tierra pautadas y planificadas hasta el último minuto. La posibilidad de vivir suspendido en un medio que no es el propio (y nunca mejor dicho cuando hacemos referencia al medio acuático) en el cual el tiempo parece detenerse a favor de la experiencia que se está viviendo, revaloriza la experiencia misma, el momento, frente a la cotidianidad compartida cada día en tierra. El turista buceador busca algo específicamente diferente y de ahí la importancia de que éste no se vea defraudado. Por ello exige una planificación exhaustiva en la que él se sienta el ingeniero y diseñador de su propio viaje. Y esto es precisamente lo que vende el turismo marino: viajes que parecen haber sido diseñados a medida para cada cliente. Una declaración que puede extenderse sobre la extensa variedad de productos turísticos culturales. La exclusividad demandada por los turistas buceadores, representa uno de los más importantes elementos de los que el sistema turístico se ha apropiado para extender su oferta hacia destinos cada vez más alejados de los tradicionales, y para desarrollar e ir adaptando la demanda a las circunstancias de los contextos emisores y receptores de turismo.

Jugando entre la capacidad adquisitiva y una visión muy particular de las clases sociales frente a las masas, un experimentado buceador expresaba esto en los siguientes términos: “La élite innovadora son los raros, los snob, los artistas, los científicos... Son élite no en función de su capacidad económica sino en función de su capacidad creativa o intelectual. Aman la soledad, la aventura y huyen de la vulgaridad, de las aglomeraciones... Son los primeros en probar algo pero nunca se dejan influir por la publicidad sino por las apetencias. Entre ellos están los primeros que se tatuaron, (...) los primeros que bucearon por diversión (...)”<sup>19</sup>. Y el turismo ha sabido promocionar el espacio marino como destino turístico con una retórica sugerente capaz de alentar este sentimiento de exclusividad y de mostrar cada porción del fondo marino como mundos completamente diferentes entre sí (y a lo largo del tiempo). “No creo que haya dos realidades iguales, las hay como ojos, narices, paladares, orejas o pieles diferentes. Pero además de percibir con órganos singulares nuestro entendimiento juega con la imaginación, con los recuerdos, con los sentimientos, creando un espacio y un tiempo completamente personalizado. Eso también sucede en los fondos del océano. Una misma inmersión se transforma en única y diferente para cada uno de los que bajan allí abajo. Creamos un mundo

<sup>19</sup> Fuente: Javier Salaberría, “Vacaciones en el mar” en [www.buceo21.com](http://www.buceo21.com), Marzo de 2002, a 05/05/03.

a la vez que lo interpretamos con nuestro sentido (...)»<sup>20</sup>. El Atlántico, a los ojos de los turistas buceadores no es ya una playa, un lugar de recreo, sino un espacio por descubrir. Y las costas de las Islas Canarias, al margen de los atractivos en tierra, son la puerta de acceso a esa última frontera aun sin masificar, por deferencia al espacio en tierra.

### Imagen 3. Buceadores tomando fotografías en El Hierro



Fuente: David Acuña

Imágenes, discursos y estereotipos juegan un importante papel en el desarrollo del turismo de buceo<sup>21</sup>. En el caso de la imagen del destino de buceo, ésta va a contener una serie de elementos que inspiren a los buceadores los sentimientos que describíamos más arriba: barcos hundidos, tiburones, mantas gigantes, bancos de peces de colores sobre un fondo de aguas cristalinas, cuevas y extrañas criaturas..., cuando lo que se pretende es potenciar la sensación de la aventura y el descubrimiento, del riesgo. Como si el viaje del buceador siempre se dirigiera hacia algo desconocido pero tras el cual el turista vuelve transformado en un renovado aventurero. Si el sistema pretende captar a los indecisos, o al turismo internacional,

<sup>20</sup> Javier Salaberría, "La Profundidad es un espacio subjetivo" en [www.buceo21.com](http://www.buceo21.com), Octubre de 2001, 10/11/03.

<sup>21</sup> España cuenta con diversas publicaciones en papel e innumerables publicaciones digitales relacionadas con el buceo, además de celebrar algunas de las ferias de mayor proyección de Europa, tales como el Salón de la Inmersión que tiene lugar en la Fira Cornellà en Barcelona.

se suelen incluir imágenes de buceadores o de barcos de cruceros de buceo, de tal manera que el mensaje, aunque muestre un lugar recóndito en el mundo, logre expresar que es posible llegar hasta allí y bucear.

El sistema turístico distingue perfectamente a aquellos usuarios que pueden ejercer claramente de consumidores de un producto turístico determinado de otros que lo desean, pero por no reunir las imprescindibles condiciones económicas y/o de tiempo de ocio para su consumo, no pueden acceder a él. Estos, la demanda *supresiva*, no se abandona. En el caso del turismo de buceo, considerando variables de tipo económico, se desarrollan, como para cualquier otra forma de turismo o producto, *paquetes o fórmulas de todo incluido*, que en ocasiones plantean posibilidades de combinar actividades en tierra.

Con el fin de intentar fidelizar a los turistas efectivos o para evitar perder a los asiduos a determinados destinos, en su promoción, el buceo promete nuevas experiencias como dar de comer a tiburones, ser testigos de la migración de determinadas especies como las ballenas o los atunes, permanecer más tiempo en el agua mediante otras opciones y especificidades, como la utilización del *nitrox*<sup>22</sup>, etc. y/o el destino debe ofrecer nuevos atractivos, en la forma de actividades con las que combinar las inmersiones, como excursiones en kayak, senderismo, cicloturismo, o poniendo el énfasis sobre la cultura del lugar, los monumentos históricos, etc.

#### 4.2 Perfil de los turistas buceadores en Canarias

¿Cómo es el individuo-turista buceador que llega a Canarias? En el conjunto del Archipiélago, atendiendo a las diferencias de cada micro-destino, y a las características de organización y comercialización del buceo en cada isla, podemos hablar a priori de diferentes perfiles de buceadores y turistas buceadores:

A) Buceadores turistas que viajan expresamente a las Islas Canarias para bucear, que podríamos denominar buceadores *Expertos*. El buceo es el motivo y la actividad central de su viaje. Estos turistas buceadores proceden mayoritariamente de la Península Ibérica (España) y de Alemania, aunque existen agentes minoristas comercializando buceo en Canarias en países de toda Europa. Los turistas buceadores generalmente traen desde sus áreas de origen comprados algunos productos (avión y alojamiento como mínimo) y contratan en el destino otros servicios: buceo, restauración, alquiler de vehículos, y tal vez alguna otra actividad. Son básicamente

---

22 Se denomina *nitrox* a una mezcla de oxígeno y nitrógeno utilizada en buceo técnico y recreativo. Comparado con el aire comprimido, la principal ventaja que ofrece es la disminución consecuente del contenido en nitrógeno, lo que permite retardar considerablemente el tiempo de saturación de nitrógeno. Permite alcanzar mayores tiempos de inmersión sin paradas de descompresión. Planteando por todo ello ventajas de cara a la realización de inmersiones sucesivas, en situaciones por ejemplo de cruceros de buceo, durante los cuales se los turistas pueden llegar a realizar entre de 2 a 4 inmersiones al día.

camente los turistas buceadores que vamos a encontrar en El Hierro y La Graciosa, en algunas zonas de Tenerife, Lanzarote y Gran Canaria, y ocasionalmente en La Palma. Son estos turistas los que vienen para “ver” a un determinado animal, o para realizar inmersiones en lugares específicos.

B) Buceadores turistas que consumen buceo como una actividad o producto más del destino, que podríamos denominar *Inusuales*. Estos son turistas que viajan a Canarias atraídos más bien por una oferta genérica basada en el clima, naturaleza y descanso (más cercano al sol y playa), que pueden de manera más o menos premeditada comprar buceo, como una actividad más en el destino. Suelen ser turistas de tipo familiar, donde bucea algún miembro de la familia (el padre generalmente), que viajan sin equipos de buceo propio. Los encontraremos en Fuerteventura principalmente; y se reconocen fácilmente comparando los días medios del viaje en comparación con el número de buceos que van a realizar. Por ejemplo en Fuerteventura, los turistas buceadores permanecen una media de 10,42 días mientras que en Gran Canaria y en Tenerife dicha cifra desciende hasta 7. En La Palma hallamos también numerosos buceadores que compartían su tiempo de viaje realizando las múltiples actividades deportivas o de naturaleza que se ofertan en la isla, incluyendo el parapente con las limitaciones que ello imprime al buceo.

C) Buceadores turistas *principiantes*. Mediando entre el primero y el segundo hay un subtipo conformado por principiantes quienes buscan obtener sus primeras titulaciones de buceo y viajan a Canarias conscientes de las especiales condiciones medioambientales que reinan en las islas, permitiendo el desarrollo de la actividad durante todo el año, atraídos también por cierto halo de exotismo. Son turistas para los que la actividad del buceo es el eje central de su viaje, como los expertos. Sin embargo el conjunto del destino y sus atributos (buen clima, claridad, visibilidad...) globales pesan aún más que el hecho concreto de realizar una determinada inmersión o ver una especie en concreto. Los hallamos en La Gomera y Fuerteventura principalmente; aunque también en La Graciosa y El Hierro encontramos a buceadores obteniendo sus titulaciones atraídos por la presencia de sendas reservas marinas.

D) A todos esos se les sumarían los buceadores *residentes*, que sólo pueden ser considerados *excursionistas* o *visitantes* en la medida en que no van a pernoctar en las áreas donde realizan inmersión. Al igual que los primeros, son generalmente los buceadores más experimentados y que se trasladan hasta un área de buceo para realizar una inmersión determinada o ver una especie en concreto. Cada año, la Federación Española de Actividades Subacuáticas certifica aproximadamente a 1.000 nuevos buceadores en Canarias; y tramita más de 2.000 licencias con sus correspondientes seguros. Y la cifra de buceadores que obtienen su titulación a través de otros sistemas de enseñanza mayoritarios como PADI, SSI o ACUC, en España, puede ser similar.

En términos generales, para todos esos buceadores, residentes o turistas, podríamos señalar una serie de características desprendidas del proyecto CONDRICTCAN:

**Tabla 1. Características generales de los buceadores en Tenerife<sup>23</sup>**

Sexo	Edad	Nivel de buceo	Gasto medio anual en la actividad	Especies Preferidas
70% Hombres 30% Mujeres	35,6 años	3% Primera vez 26% Principiante 41% Nivel Intermedio 30% Experto	<b>1.394,54€ al año</b> incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguros y licencias</li> <li>• Material de buceo</li> <li>• Excursiones e inmersiones</li> <li>• Cursos y formación</li> <li>• Vacaciones de buceo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especies de peces cartilaginosos principalmente rayas y tiburones</li> <li>• Especies de peces óseos, principalmente serránidos de gran tamaño (barracudas, meros...)</li> <li>• Tortugas</li> <li>• Cetáceos</li> </ul>

Fuente: Proyecto CONDRICTCAN

Y para el caso el caso de los turistas buceadores en Tenerife, además:

**Tabla 2. Perfil de los turistas buceadores<sup>24</sup>**

Influencia del buceo para iniciar el viaje	38% Decisivamente; 32% Influyó mucho; 14% Moderadamente; 16% No le influyó
Procedencia	Península, Alemania, Reino Unido, Francia (según peso y orden otorgado por los agentes comercializadores)
Días en el destino/ días dedicados al buceo	7 días de viaje; 5 días dedicados al buceo; 1,6 inmersiones por día <sup>1</sup>
Vía mayoritaria de conocimiento del destino de buceo	Estancia previa realizada en Canarias, recomendación otros turistas e Internet (según peso y orden otorgado por los turistas buceadores)
Gasto medio en el destino	<b>150,80 €/día</b> de gasto global en el destino <b>22 €/día</b> dedicados al buceo

Fuente: Proyecto CONDRICTCAN

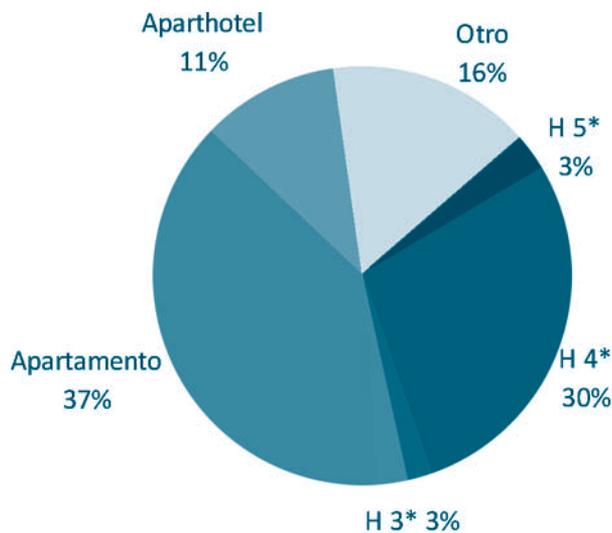
<sup>23</sup> Estos datos se derivan de la muestra exploratoria realizada sobre buceadores (residentes y turistas) en Tenerife, durante el verano de 2009, dentro del proyecto CONDRITCAN.

<sup>24</sup> Estos datos se derivan de las informaciones recabadas entre los buceadores turistas encuestados en Tenerife, durante el verano de 2009, y su análisis comparado con las informaciones arrojadas por los agentes comercializadores de buceo del Archipiélago, dentro del proyecto CONDRITCAN.

Es destacable que los resultados del proyecto EMPAFISH, para el conjunto de los destinos europeos contemplados globalmente en el estudio (no sólo en el caso de las localidades españolas incluidas en él), arrojan datos similares; siendo 1.300€ el presupuesto medio dedicado a la actividad del buceo, según lo estimado por los buzos encuestados, considerando gastos relacionados con la adquisición de equipos de buceo, licencia, cursos, viajes de buceo, etc. 25

Según se desprende de la muestra exploratoria llevada a cabo con turistas buceadores en la Isla de Tenerife, el alojamiento mayoritariamente empleado es el Apartamento y el Hotel de 4 estrellas:

**Gráfico 3. Alojamiento empleado por los turistas buceadores en Tenerife**



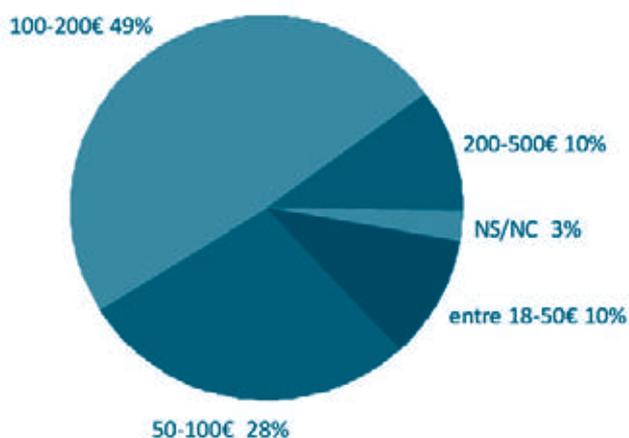
Fuente: Proyecto CONDRITCAN

Según las estimaciones realizadas en el marco del proyecto CONDRITCAN, suponiendo que el 1% de los turistas que llegan a Canarias son buceadores, se han estimado en 10,1 millones de euros al año los ingresos para el conjunto de los centros de buceo, así como 245 empleos directamente relacionados con esta actividad en las islas (De la Cruz Modino, R., et al., 2010:32-34). No obstante, dicha cifra está directamente relacionada con la estimación sobre el porcentaje de turistas buceadores que suponemos que visitan las islas y cabría llevar a cabo nuevos estudios a fin de consolidar dicha estimación. Cabe recordar además la desigual incidencia sobre la actividad que puedan demostrar unos turistas y otros durante sus viajes a Canarias,

25 Fuente: Alban F., Person J., Roncin N. and Boncoeur J., 2008. Analysis of Socio-Economic Survey Results. EMPAFISH Project. Page 74. Disponible en <http://www.um.es/empafish/>; a 15 de Septiembre de 2010.

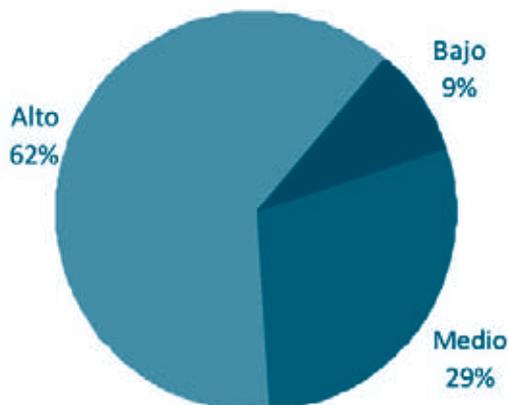
considerando la caracterización realizada entre *expertos, inusuales y principiantes*. La incidencia en la compra del producto y los beneficios económicos de la actividad –considerando cierta variedad de sub-productos en el mercado dirigidos hacia cada uno de los perfiles señalados– puede ser diametralmente diferente entre un micro-destino y otros, aun contando con un semejante número de individuos turistas-buceadores. Cabe destacar que, en líneas generales, el nivel de repetición de los turistas buceadores que regresan a Canarias es alto.

**Gráfico 4. Gasto medio realizado al día en el destino**



Fuente: Proyecto CONDRICTAN

**Gráfico 5. Nivel de repetición-fidelización señalado por los agentes comercializadores**



Fuente: Proyecto CONDRICTAN

## 5. Conclusiones

El turismo, en cualquier de sus versiones, es una respuesta al estrés y a la uniformidad de la vida cotidiana urbana; y es capaz de adaptarse al paso del tiempo y a las diversas formas de pensamiento y producción (Santana Talavera, A., 2002). En dicho movimiento ha sabido adecuarse a nuevos y/o potenciales viajeros –los buceadores–. Y ha creado un nuevo espacio para descubrir, acomodado a una nueva conciencia que busca traspasar constantemente las fronteras de lo cotidiano, incluido aquí los propios viajes y el mismo hecho de *practicar turismo*. Los destinos no son, dentro del sistema, estáticos (Santana Talavera, A., 1997) y experimentan las transformaciones necesarias para afrontar esas nuevas conciencias demandando productos. Para el caso de Canarias, el desarrollo y la promoción del turismo de buceo han redundado en la visión de Islas como paraísos, y la imagen proyectada atiende a una variedad de aspectos relacionados con factores *psicológicos* –exclusividad, aventura, virginidad...–, *estratégicos* –recogiendo elementos infraestructurales pero también resaltando el clima y otros factores relevantes para la práctica del buceo–, y otros de índole *práctica* –véase un análisis extenso en Martín de la Rosa, B., 2003b–, que se refieren por ejemplo a la existencia de AMPs, como la de El Hierro. La imagen turística de los destinos constituye un componente clave del proceso turístico (Martín de la Rosa, B., 2003b: 135). Y actualmente la promoción del producto de buceo, y de determinados micro-destinos litorales como destinos adecuados a este segmento de la demanda turística, puede ser relevante de cara a la singularización del área y a la distinción de sus productos ofertados.

Hoy por hoy, las informaciones de que disponemos sobre el perfil y el desarrollo del turismo de buceo en las Islas Canarias, nos permiten realizar una identificación de estos *nuevos turistas* cercana a las características propias del turista cultural o patrimonial (Prats y Santana Talavera, 2005). Bajo las visiones más optimistas, este *nuevo turista* se halla próximo al imaginado por Smith y Eadington, que practica el turismo de una forma alternativa, consecuente con los valores naturales, sociales y comunitarios (1994:3). Si bien, y ante una falta de estudios extensos sobre el terreno, tal caracterización podría caer en manos de interpretaciones acomodadas, o tornarse en una construcción ideal –véase Miller (1993: 184-190). Es necesario llevar a cabo más investigación sobre el terreno, tal y como se ha demandado sobre otros productos emergentes de turismo marino (Orams, M., 1999). Y resulta preciso entablar un diálogo con los colectivos y agentes involucrados, que han demostrado ser piezas claves en el impulso y popularización de este producto *minoritario* en Canarias.

El turista buceador, considerando elementos tales como perfil, procedencia, proceso de compra del producto, estancia en el destino, o gasto global, no difiere sustancialmente de otras tipologías de turismo y turistas. En el caso de las Islas Canarias,

donde no contamos con grandes *resorts* de buceo exclusivamente dedicados a la actividad, los turistas-buceadores coinciden compartiendo el espacio y demandando otras actividades/servicios conjuntamente otros turistas no buceadores, sin mayores elementos de distinción que cierto nivel de fidelidad sobre una actividad concreta. Una excepción la representa el micro-destino de La Restinga, en El Hierro, donde podemos hablar de singularización de productos y alta incidencia en la demanda, pero en relación a un cierto nivel de cautiverio –véase De la Cruz Modino, R., y Santana Talavera, A., 2008a, 2008b.

A pesar de este reconocimiento, con los datos disponibles podemos apuntar algunas ventajas o elementos de interés de los turistas buceadores dentro del contexto turístico de Canarias y de cara a la renovación o mejora de la oferta de productos en el litoral: su nivel de fidelización y cierta contribución a la reducción de la estacionalidad en el destino. Además de su contribución a la consolidación de una imagen de aquél más cercana a determinados parámetros medioambientalistas, generalmente bien aceptados por el público turista en general que visita las Islas Canarias, todavía atraído por una oferta de sol, playa y naturaleza, pero cuyas expectativas pueden estar atravesadas igualmente por valores de conservación, exclusividad y exotismo como los que la actividad del buceo promueve.

La mayor flexibilidad actual en los periodos vacacionales, que se tienden a repartir a lo largo del año (Hernández Martín, R., 2007: 49), unidas a las excepcionales condiciones climatológicas del Archipiélago de cara a la práctica continuada del buceo, en comparación con otros destinos del Mediterráneo, favorecería a priori que este segmento de la demanda turística contribuyera a la reducción de la estacionalidad existente en determinados micro-destinos, tal y como se ha constatado aun con limitaciones en el caso de La Restinga (De la Cruz Modino, R., Santana Talavera, A., 2008b). En aras de explotar estas potencialidades, el turismo de buceo en Canarias necesita ser gestionado desde una perspectiva que considere no únicamente los elementos no humanos del ecosistema o los requerimientos que marca la ley y las instituciones competentes, en materia de infraestructuras e instalaciones, sino una gestión que comprenda la complejidad del sistema turístico (Santana Talavera, 1997), considerando en él tanto a los actores locales como al resto de usuarios del litoral involucrados.

El turismo precisa de la colaboración efectiva entre un complejo entramado de agentes con diferentes intereses y percepciones que deben entenderse para un adecuado funcionamiento del destino. Si bien en el caso de las Islas Canarias se han desarrollado diversas relaciones entre empresariado, instituciones y sociedad civil, en muchas ocasiones de manera no deliberada, como consecuencia de la complejidad y las necesidades de gestión y planificación a las que hace frente el conjunto del Archipiélago. La complejidad que hoy por hoy envuelve al sistema turístico y

las condiciones específicas de Canarias como destino, requieren de un análisis más fino sobre los entresijos de esas relaciones en los niveles de gobernanza (Cerrillo i Martínez, 2005) y desde la participación efectiva de los distintos actores implicados. Centrándonos en los agentes e instituciones involucradas en el turismo de buceo, cabría concluir demandando mayores esfuerzos de investigación sobre las relaciones entre los diferentes actores del destino, sobre los entes organizadores y de los productos existentes, así como del grado de satisfacción de los consumidores-turistas buceadores; al margen de las necesarias evaluaciones y controles sobre el estado y evolución del ecosistema marino. Este tipo de diagnóstico serviría para el desarrollo de propuestas destinadas a maximizar la eficacia de los sistemas de participación de los diferentes agentes, lo que redundaría en la planificación y ejecución de estrategias adecuadas para incrementar la competitividad del destino de buceo Canarias, en su conjunto.

## Referencias bibliográficas

- Alban F., Person J., Roncin N. and Boncoeur J., 2008. *Analysis of Socio-Economic Survey Results*. EMPAFISH Project. Disponible en <http://www.um.es/empafish/> a 15 de Septiembre de 2010.
- Barker, H., & Roberts, C. (2004) "Scuba diver behaviour and the management of diving impacts on coral reefs". *Biological Conservation*, Vol. 120(4): 481-489
- Bigné, E.; Font, X.; Andreu Simó, L. (2000) *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: Tirant Lo Blanch.
- Cerrillo i Martínez, Agustí (2005). *La gobernanza hoy: 10 textos de referencia*. Madrid: INAP-Instituto Nacional de la Administración Pública.
- De la Cruz Modino, R., Esteban, A., Crilly, R. & Pascual-Fernández, J. (2010) "Bucear con tiburones y rayas en España. Análisis de su potencial en España y de los beneficios económicos de la actividad en las Islas Canarias". Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna y nef, 39 pp. En [www.sharkalliance.org](http://www.sharkalliance.org) a 15 de Septiembre de 2001
- De la Cruz Modino, R., Santana Talavera, A. (2008a). "Modelo clasificatorio de productos y turismos. El turismo de buceo en La Restinga (Islas Canarias) y L'Estartit (Cataluña)". *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 2(1): 72-112.
- (2008b) "El turismo de buceo en La Restinga (Islas Canarias) y L'Estartit (Cataluña)": AMPs, clasificaciones e impactos. En Oriol Beltrán, José J. Pascual e Ismael Vaccaro (Coordinadores) (2008) *Patrimonialización de la naturaleza. El marco social de las políticas ambientales*. ANKULEGI antropología elkarte. (pp.223- 244).
- De la Cruz Modino, R., Barbuzano, I. (2007). «Comercialización y distribución de productos turísticos marinos en El Hierro a través de Internet». Trabajo fin de Máster: *Máster en Gestión de Empresas Turísticas* (MGET). Universidad de La Laguna (pp. 59) [Sin publicar].
- De la Cruz Modino, Raquel (2003). *Gestión de los recursos: turismo, usos y apropiación del patrimonio natural*. Tesina de la Universidad de La Laguna. (pp. 217) [Sin publicar].
- Hanquet, Sergio (2000) *Bucear en Canarias. Guía submarina*. Santa Cruz de Tenerife: Litografía Romero.
- Hasler, H., & Ott, J. (2008) "Diving down the reefs? Intensive diving tourism threatens the reefs of the northern Red Sea". *Marine Pollution Bulletin*, Vol. 56(10): 1788-1794
- Hernández Martín, R. (2007) "Los mercados turísticos. Determinantes, tendencias e impactos". Materiales docentes del *Máster en Gestión en Empresas Turísticas* (MGET). Universidad de La Laguna, 2007 [Sin publicar].
- Martín de la Rosa, B. (2003a). "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural". *Pasos*, 1(2): 155-160.

- Martín de la Rosa, B. (2003b). "La imagen turística de las regiones insulares: las islas como paraísos". *Cuadernos de Turismo. Universidad de Murcia*, 11:127-137.
- Miller, M.L. (1993) "The rise of Coastal and Marine Tourism". *Ocean & Coastal Management*. (20): 181-199
- Mundet, L., Ribera, L. (2001) "Characteristics of divers at a Spanish resort". *Tourism Management*. 22(5): 501-510.
- Orams, M. (1999). *Marine Tourism. Development, Impacts and Management*. London Routledge.
- Poon, A. (1994). "The 'new tourism' revolution". *Tourism Management*, 15(2): 91-92.
- Pascual Fernández, José y Florido del Corral, David (Eds.) (2005) *¿Protegiendo los recursos? Áreas protegidas, poblaciones locales y sostenibilidad*. Sevilla: Fundación El Monte, ASANA, FAAEE
- Pascual Fernández, José (2003a). "Del "mar es de todos" al mar reservado: turistas, poblaciones de pescadores y reservas marinas en Canarias". *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 65-78.
- Prats, Ll. y Santana Talavera, A. (2005). "Reflexiones libérrimas sobre Patrimonio, Turismo, y sus confusas relaciones". En Santana Talavera, A. y Prats, Ll. (Coordinadores) *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*. Sevilla: Fundación El Monte, ASANA, FAAEE.
- Roncin, Nicolas, Frédérique Alban, Eric Charbonnel, Romain Crec'hriou, Raquel de la Cruz
- Modino, Jean-Michel Culioli, Mark Dimech, Raquel Goñi, Ivan Guala, Ruth Higgins, Elodie Lavissee, Laurence Le Direach, Beatriz Luna, Concepción Marcos, Francesc Maynou, Jose Pascual, Jeremy Person, Philip Smith, Ben Stobart, Emese Szeliánszky, et al. (2008). "Uses of ecosystem services provided by MPAs: How much do they impact the local economy? A southern Europe perspectiva". *Journal for Nature Conservation*, 16 (4): 256-270.
- Salaberría, J. (2002) "Vacaciones en el mar" en *www.buceo21.com*, a 05de Mayo de 2003.
- Salaberría, J. "La Profundidad es un espacio subjetivo" en *www.buceo21.com*, a 10 de Noviembre de 2003.
- Santana Talavera, Agustín (2002) "Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: Claves y dilemas desde la antropología social" in Mario RIEDL, Joaquim ANÉCIO ALMEIDA y Andyara LIMA BARBOSA VIANA (eds.) *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul (Brasil): Universidade de Santa Cruz do Sul, pp. 13-50.
- Santana Talavera, Agustín (2003). "Editorial. Patrimonio culturales y turistas: unos leen lo que otros miran". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1): 1-12.

- (1997). Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel.
- Smith, Valene L. (ed.) (1977) *Host and guest: the anthropology of tourism*. Pennsylvania, University of Pennsylvania Press.
- Smith, V.L. y Eadington, W.R. (eds.) (1994) *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. Chichester UK, John Wiley & Sons.
- Smith, Valene L. y Maryann Brent (eds.) (2001) *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*. Nueva York, Cognizant Communication.