

Manual de la Red de Turismo Pesquero de España

- 1.- Criterios del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España
- 2.- Estructura del Club de Producto y de la Red de Turismo Pesquero
- 3.- Clasificación de actividades y requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero
- 4.- Discurso de la Red de Turismo Pesquero de España

turismo
pesquero



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



Este proyecto está financiado con fondos procedentes del programa de recuperación de la Unión Europea “Next Generation”, dentro de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo.

Autor: Pepe Martínez, CEO de Pescaturismo

*Fecha: Diciembre 2023/ Última actualización:
Enero 2025*

La reproducción del contenido de esta publicación debe hacerse citando su procedencia y autoría.

PESCATURISMO



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Índice

| | |
|--|-----|
| Introducción..... | 3 |
| 1.- Criterios del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España..... | 8 |
| 1.1.- Objetivos del Club de Producto | 10 |
| 1.2.- Características del Club de Producto | 13 |
| 1.3.- Ámbito territorial | 15 |
| 2.- Estructura del Club de Producto y de la Red de Turismo Pesquero de España | 17 |
| 2.1.- Denominación de Turismo Pesquero o Marinero | 18 |
| 2.2.- Marca de la Red de Turismo Pesquero de España | 22 |
| 2.3.- Promoción la Red de Turismo Pesquero de España | 31 |
| 2.4.- Estrategias de Comunicación de la Red de Turismo Pesquero..... | 38 |
| 2.5.- Plan de difusión..... | 40 |
| 2.6.- Estructura de gestión de la Red de Turismo Pesquero | 42 |
| 2.7.- Requisitos para inscribir las actividades en la Web..... | 44 |
| 2.7.1- Condiciones de Uso la Web | 45 |
| 2.7.2- Declaración responsable | 52 |
| 2.8.- Financiación de la Red de Turismo Pesquero..... | 53 |
| 2.9.- Derechos y obligaciones de los socios de la Red..... | 59 |
| 2.10.- Formación | 64 |
| 3.- Clasificación de actividades y requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero..... | 69 |
| 3.1.- Clasificación de Actividades de la Red de Turismo Pesquero..... | 70 |
| 3.2.- Requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero | 80 |
| 4.- Discurso de la Red de Turismo Pesquero de España..... | 139 |
| 4.1.- Objetivos de la Red de Turismo Pesquero | 140 |
| 4.2.- Resumen y ejemplos de las experiencias que forman parte de la Red | 148 |
| ❖1.- Turismo Pesquero a bordo | 148 |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|-----|
| ❖2.- Turismo pesquero o marinero en tierra | 149 |
| ❖3.- Acuicultura | 152 |
| ❖4.- Comercios marinos | 153 |
| ❖5.- Restaurantes marinos | 153 |
| ❖6.- Alojamiento marinos..... | 154 |
| ❖7.- Agencias especializadas y Clubes de Producto | 154 |
| 4.3.- Sinergias entre las diferentes experiencias que conforman la Red | 155 |
| 4.4.- PowerPoint de presentación de la Red de Turismo Pesquero de España | 155 |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Introducción

La Red de Turismo Pesquero pretende crear una red de actores a escala estatal para impulsar el trabajo colaborativo en torno a todas las actividades vinculadas al sector de la pesca, el marisqueo y la acuicultura, generando una estructura de gobernanza conjunta, un discurso homogéneo y facilitando la puesta en marcha de esta experiencia bajo una dimensión nacional.

La Red de Turismo Pesquero tiene como fin la promoción exterior del turismo pesquero y acuícola como nueva marca de España. Este proyecto está financiado con fondos procedentes del programa de recuperación de la Unión Europea “Next Generation”, dentro de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo.

El objetivo es crear un nuevo producto turístico a nivel estatal y con proyección internacional mediante la fórmula de un Club de Producto y la creación de una plataforma Web, constituyendo una Red, que englobe todas las actividades turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar y vinculadas directamente con el mundo de la pesca, la acuicultura y el marisqueo. Con esta iniciativa pretendemos unificar una oferta que está sin explotar, que existe en todo el litoral español y conseguir que, en el exterior, el turismo pesquero sea percibido como una marca española.

En esta iniciativa, que se organizaría en torno a la creación de una Red, se integrarían todo tipo de actividades, que van desde el pescaturismo al turismo marinerero, talleres sobre oficios, rutas en tierra (como visitas a lonjas, barrios marineros o puertos) y propuestas socioculturales, como visitas a faros y a museos, así como ferias gastronómicas, por citar algunas de las muchas experiencias que se realizan en todo el país.

El objetivo es definir y delimitar correctamente las actividades contenidas y siempre que su eje central sea la pesca y la acuicultura (pesca-turismo, turismo marinerero en barco y tierra, acuicultura, restaurantes, ferias gastronómicas, alojamientos, museos...) para mejorar los recursos turísticos existentes y crear otros nuevos con la participación transversal de los diferentes agentes (en el marco de la definición del documento del Club de Producto de Turismo Pesquero de los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria y Turismo del Gobierno de España).

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Teniendo en cuenta las características tradicionales del sector, la creación de esta Red supone un elevado grado de transformación e innovación. Esto se justifica, especialmente, por la forma en que el presente proyecto va a mejorar los procesos y la prestación de servicios turísticos, destacando los siguientes ejemplos:

- La definición de protocolos a asumir por los participantes de la Red sobre sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal e igualdad de género y protocolos LGTBI+, alcanzando nuevos niveles de compromiso y acogida de estas materias de importancia para el sector, su desarrollo y competitividad.
- La creación de un código de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible que proporcione criterios de actuación basados en un modelo de economía circular y en el fomento de la economía azul.
- La constitución del Club de Producto de Turismo Pesquero y a su Web asociada, mediante el que se generen, entre otros, unos requisitos de cumplimiento por parte de los integrantes y sus consecuentes niveles de calidad adscritos a la adhesión a un Club de Producto especializado.
- La integración de todos los productos, servicios y actividades, que se hayan adherido al Club de producto, en una plataforma Web que tiene como fin agrupar toda esta oferta turística con el fin de mejorar su comercialización bajo una misma marca y con proyección internacional para alcanzar los mercados exteriores, siguiendo las pautas establecidas en la web de Turespaña (spain.info).
- La digitalización del sector, a través de la creación de la plataforma Web y perfiles en redes sociales de la Red, acciones de posicionamiento SEO, la creación de una base de datos común con un sistema de fidelización de clientes, la disposición de manuales formativos online de acceso público por actividades, entre otras acciones que apoyan e incentivan el proceso de digitalización.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- La celebración de acciones de difusión y captación de nuevos socios y colaboradores, que permitan ampliar la Red y dotarla de una mayor amplitud de actividades, servicios y productos disponibles entre los ofertados.

El objetivo es crear un Manual de la Red de Turismo Pesquero, sustentado en los pilares anteriormente expuestos, que se divide en 4 partes o estudios diferenciados, que hay que entender como un texto único que es el presente Manual, en los que se delimitan las diferentes fases de constitución, pautas y funcionamiento de la Red, así como de la Web.

Este documento, que se denomina “Manual de la Red de Turismo Pesquero de España”, recoge los 4 estudios establecidos en el proyecto presentado y correspondientes al listado de acciones e hitos contemplados en el Objetivo 2, pero que para su mejor comprensión y con el objetivo de entenderlo como un texto único y en el que se establece el funcionamiento de la Red en su conjunto se ha optado por modificar los enunciados, pero recogiendo, actualizando y ampliando lo contemplado en el proyecto.

De esta forma, el presente Manual único engloba los 4 documentos contemplados en el proyecto “Red de Turismo Pesquero de España” (antes Turismo Marinero):

1. Criterios del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España (denominado en el proyecto como “Elaboración de informe de resultados de la evaluación”).
2. Estructura del Club de Producto y de la Red de Turismo Pesquero de España: Denominación de Turismo Pesquero o Marinero, definición de marca y promoción, estructura de gestión, financiación y derechos y obligaciones de los socios de la Red (denominado en el proyecto como “Elaboración de informe de definición de productos y denominaciones del Turismo Pesquero - antes Turismo Marinero-).
3. Clasificación de actividades y requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero (denominado en el proyecto como “Elaboración de informe de clasificación de actividades y agentes”).)

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

4. Discurso de la Red de Turismo Pesquero de España (denominado en el proyecto como “Elaboración de la propuesta de discurso del Turismo Pesquero -antes Turismo Mariner-).

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



1.- Criterios del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España

Tradicionalmente, la actividad pesquera y acuícola ha sido un motor económico fundamental para las zonas costeras contribuyendo, además, a la protección del medioambiente y a la configuración de importantes valores socioculturales. Los cambios que se han ido produciendo en el modelo económico en las últimas décadas han disminuido en gran medida las actividades tradicionales, encontrando entre ellas la pesca artesanal y la acuicultura.

Por este motivo, la puesta en marcha de iniciativas turísticas relacionadas con la valorización de la actividad pesquera y acuícola es una gran oportunidad de diversificación para las zonas litorales, e incluso del interior donde se realizan estas experiencias. El turismo pesquero y acuícola se caracteriza por ser un segmento respetuoso con el medio en el que se desarrolla, contribuyendo e impulsando la sostenibilidad social, ambiental y económica del propio sector, sus familias y de los recursos naturales y patrimoniales.

En este sentido, plantear un proyecto que fortalezca esta tipología turística con tanto potencial en España a través de la puesta en común de los agentes implicados en su desarrollo por todo el territorio nacional se presenta como una oportunidad de crecimiento y desarrollo empresarial, social y ambiental.

La creación de la Red Nacional de Turismo Pesquero persigue impulsar el sector tradicional vinculado a la pesca y la acuicultura a través de la práctica e inclusión de la actividad turística como parte de su desarrollo, promoviendo la creación de nuevos modelos de negocio y la consolidación de los ya existentes, con el consecuente crecimiento del turismo azul asociado a esta rica actividad tradicional.

Entre los principales objetivos de la Red de Turismo Pesquero está su modelo de gestión, la constitución de las bases que determinarán la tipología de actividades incluidas en la conceptualización de turismo pesquero o marinerero y acuícola, así como la definición y establecimiento de una serie de criterios de calidad de pertenencia a la Red, que mejorarán la prestación del servicio turístico para cada una de las experiencias. La configuración de la Red, a

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

través de la creación de un Club de Producto y una plataforma Web, permitirá mejorar la gestión, la comercialización y la promoción de los productos, actividades y servicios de todo lo vinculado directamente con el turismo pesquero y acuícola.

Asimismo, se aumentará la visibilidad y la competitividad de los miembros de la Red y se generaran sinergias a la hora de comercializar la oferta vinculada a todas aquellas actividades relacionadas con el mundo de la pesca y la acuicultura (pesca-turismo, turismo marinero en barco y en tierra, acuicultura, piscifactorías, ferias gastronómicas, restaurantes, alojamientos, museos, actividades socioculturales...).

Uno de los aspectos clave de mejora de la experiencia de la Red de Turismo Pesquero pretende ser su contribución a aspectos tan determinantes como la sostenibilidad, la accesibilidad universal, la digitalización y la igualdad de género fortaleciendo al sector, y particularmente a los miembros de la Red, e incidiendo positivamente en el desarrollo de la actividad turística.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

1.1.- Objetivos del Club de Producto

El objetivo que perseguimos con la creación de Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España es que la pertenencia al mismo suponga obtener a sus miembros un conjunto de ventajas, que permitan aumentar su mercado potencial, gracias a la promoción y a la comercialización conjunta de todos sus asociados, mediante su inserción en una plataforma Web, que no solo está dirigida al mercado turístico nacional con la incorporación de todas las lenguas cooficiales sino también al internacional, ya que todos los contenidos también serán traducidos al inglés, alemán y francés.

Para ello pretendemos el reconocimiento de que toda la oferta vinculada al turismo pesquero y acuícola, en su acepción más amplia, pueda entenderse como una marca única del destino turístico España, mediante la colaboración entre los miembros de la Red, creando sinergias entre ellos que enriquezcan la iniciativa dentro del marco de una economía colaborativa, con una imagen propia y diferenciada, que será una garantía de calidad de las actividades, servicios y productos que se ofrecen en el marco de la Red.

Esta unificación de criterios no persigue crear un producto homogéneo sino por el contrario ampliar el abanico de una oferta diferente con singularidades propias y características heterogéneas, potenciando la posibilidad de diversificar las experiencias, dentro de un mismo paraguas, que será la Red de Turismo Pesquero.

Por esta razón, la diversificación se presenta como una forma de fortalecimiento y promoción del sector pesquero y acuícola, que repercute en beneficio tanto de dichas actividades tradicionales como de las poblaciones donde radican, contribuyendo a ampliar sus horizontes de futuro.

La pertenencia al Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España será una garantía para los beneficiarios de estos servicios y productos, ya que para formar parte y ser miembro de la Red se deberán cumplir toda una serie de requisitos, que se irán revisando y adaptando permanentemente a las nuevas situaciones y normativas, respetando las peculiaridades propias de cada uno. Además, se establecerán mecanismos para incentivar seguir avanzando y profundizando en las políticas de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal e igualdad de género y protocolos LGTBI+.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

En definitiva, se trata de crear un órgano de gestión y planificación que estará abierto para que cualquier empresario, asociación, entidad, particular, administración pública, etc. que trabaje en el territorio nacional y que tenga una vinculación directa con el mundo de la pesca y la acuicultura puedan asociarse voluntariamente.

❖ Los objetivos a alcanzar con la creación del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España son:

1. Establecer que la afiliación al Club, y por consiguiente a la Red sea un sello de calidad para los servicios proporcionados por sus miembros. Ello implica la integración de los diversos participantes que ofrecen servicios, actividades y productos relacionados con el turismo pesquero y acuícola en un proyecto común. Las experiencias presentadas al mercado turístico deben cumplir con unos estándares de calidad, que seguirán las pautas y actualizaciones de todas aquellas normativas que regulan los diferentes aspectos de los servicios y productos que se ofrecen y que se irán actualizando por el equipo de directivo de la Red.
2. Coordinar la promoción y comercialización de los productos y servicios relacionados con el turismo pesquero y acuícola pertenecientes a la Red de Turismo Pesquero de España, a través de su adhesión al Club de Producto, facilitando una mayor visibilidad y aumentando las oportunidades de atracción de nuevos clientes, potenciando una oferta que ahora se encuentra diseminada y contribuir así a mejorar el rendimiento comercial de manera significativa.
3. Proteger y revalorizar los recursos naturales y preservar el legado mariner, pesquero y acuícola, fomentando y difundiendo las habilidades tradicionales, las costumbres y oficios, la gastronomía característica y vinculada al ámbito pesquero y acuícola, la singularidad de las comunidades pesqueras, la conservación del patrimonio natural y monumental, la promoción de prácticas respetuosas con el desarrollo sostenible del entorno marino y medioambiental, la transmisión de técnicas de pesca y acuícolas, la promoción de las diferentes artes de pesca, y la digitalización y actualización tecnológica del sector, entre otros aspectos, potenciando la difusión de todo ello y en especial de los espacios expositivos, museos, ferias, etc. donde tiene presencia.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

4. Fortalecer y elevar la competitividad de los servicios, actividades y productos ofrecidos por el Club en su plataforma Web a través del enfoque especializado, lo que permitirá llevar a cabo promociones específicas y garantizar que las experiencias turísticas ofrecidas proporcionen actividades de calidad, homologadas y auténticas a los que disfrutan de las mismas.

5. La economía azul es otro de los pilares en los que se deben sustentar estas experiencias, ya que es crucial para la diversificación del sector pesquero y acuícola, basándose en su conocimiento y en actividades relacionadas con su propio servicio profesional dentro de la diversificación económica: pesca, turismo, nuevos productos pesqueros, o nuevas producciones industriales de sus derivados, etc. Los y las profesionales del mar han de desempeñar un papel importante en su desarrollo sostenible y en la transición hacia la economía azul. Para aprovechar esta oportunidad, es necesario reconsiderar el papel y el potencial de estos profesionales como polos de crecimiento azul. En definitiva, estas actividades económicas vinculadas a la economía azul deben de ser el eje del desarrollo socioeconómico de las comunidades pesqueras y acuícolas, ya para ello es preciso entender la economía azul como una oportunidad de desarrollo, y también como un compromiso como sociedad ante los nuevos retos para la preservación de los ecosistemas marinos y la sostenibilidad medioambiental.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

1.2.- Características del Club de Producto

El Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero se debe distinguir por las siguientes características:

- Admisión voluntaria y sin compromiso de permanencia de sus miembros siempre que cumplan los criterios establecidos en los requisitos correspondientes y diferenciados para cada una de las categorías y que cumplirán con las diferentes normativas legales que afecten a cada una de las actividades que se pretenden comercializar.
- La finalidad es que esta iniciativa logre el reconocimiento oficial como entidad puesto que se seguirán las pautas establecidas por las distintas administraciones implicadas. Una vez concluida la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España, que es el objetivo de este proyecto, deberían ser los ministerios de Industria y Turismo y de Agricultura y Pesca, así como las organizaciones pesqueras, cofradías de pescadores y GALPA, si lo estiman oportuno, quienes lideren y dirijan la Red, en un proceso en el que se integrarían las comunidades autónomas y entes locales para una mayor implantación de la Red en sus respectivos territorios.
- El establecimiento de unos estándares homogéneos de calidad, tanto en la gestión como en la prestación de servicios que se ofrezcan a través de la plataforma Web.
- La creación de una marca distintiva que proporcionará una garantía de calidad.
- La Red forjará alianzas estratégicas y sinergias entre sus miembros, que se traducirán en mejoras de las oportunidades comerciales individuales y en conjunto, ya que englobará diversos sectores y ámbitos productivos, ofreciendo oportunidades de diversificación, así como de formación a todos sus miembros.
- La Red promocionará una oferta turística sostenible y que cumplirá con los estándares medioambientales y estarán alineados con los principales ejes de la economía azul, que les incumban.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Incluirá todos los segmentos vinculados al mundo de la pesca, el mar, la acuicultura y el marisqueo o que tengan como eje los mismos, integrando los servicios, experiencias y productos en un solo proyecto y que estará abierto a la colaboración con otras iniciativas similares.
- Facilitará la promoción conjunta de productos, actividades y servicios que forman la Red a través de la plataforma Web, fomentando sinergias con otros sectores económicos.
- La pertenencia al Club, y por consiguiente a la Red en su conjunto, pretende transmitir prestigio, confiabilidad, rigurosidad y diferenciación.
- Generar una red de colaboración con objetivos comunes que abarcan intereses colectivos, integrando servicios, experiencias y productos en una sola iniciativa, que tiene como eje vertebrador el turismo pesquero y acuícola, así como prioritariamente a sus profesionales.
- Contribuir al desarrollo económico y sostenible de los distintos territorios en los ámbitos en los que tienen presencia los miembros integrados en la Red de Turismo Pesquero.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

1.3.- Ámbito territorial

El sector pesquero y acuícola, así como sus actividades complementarias de todo tipo principalmente siempre han estado estrechamente ligados a las áreas costeras, lo que las convierte en regiones homogéneas, que pueden ofrecer recursos, actividades, productos y servicios similares, siempre manteniendo y respetando las particularidades propias de cada territorio.

La combinación de estos atributos es lo que hace que pueda ser una oferta única bajo una misma marca, que aproveche todo su potencial con la creación de la Red de Turismo Pesquero, que, a su vez, sería una herramienta que ayudaría a impulsar el crecimiento de la economía azul en estas regiones, a través del emprendimiento y la creación de sinergias con otros sectores productivos, ofreciendo una oferta turística de alta calidad que garantice experiencias inolvidables y auténticas.

Sin embargo, es importante destacar que la Red no debe limitarse únicamente a las zonas costeras, ya que los servicios, experiencias y productos que la compondrán abarcan una gama más amplia de actividades, que no siempre están ubicadas en el litoral, pero tienen un denominador común en torno al sector pesquero y acuícola, como son las experiencias desarrolladas en ríos, humedales, lagos, pantanos o piscifactorías de interior, entre otras muchas.

Por todo ello, el marco de desarrollo del Club de Producto y por consiguiente de la Red de Turismo Pesquero en su conjunto debe considerar todo el territorio nacional, pero teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada zona, región o comunidad autónoma, ya sea utilizando de parámetro las áreas de actuación de los Grupos de Acción Local Pesquera y Acuícola en las zonas litorales o la de los Grupos de Desarrollo Local para las interiores o aquellos ámbitos geográficos que las comunidades autonómicas o entes locales quieran establecer en cada uno de sus respectivos territorios.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



2.- Estructura del Club de Producto y de la Red de Turismo Pesquero de España

Para constituir una estructura de funcionamiento y poner en marcha la creación del Club de Producto, y por consiguiente de la Red de Turismo Pesquero de España en su conjunto, es necesario abordar y establecer una serie de criterios y ámbitos de actuación:

- 1. Denominación de Turismo Pesquero o Marinero**
- 2. Definición de la marca de la Red de Turismo Pesquero de España**
- 3. Promoción de la Red**
- 4. Estrategias de comunicación**
- 5. Plan de difusión**
- 6. Estructura de gestión del Club de Producto y de la Red**
- 7. Inscripción de actividades y experiencias en la Web de la Red**
- 8. Financiación de la Red**
- 9. Derechos y Obligaciones de los miembros de la Red**
- 10. Formación de los miembros de la Red**

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.1.- Denominación de Turismo Pesquero o Marinero

El Club de Producto pretende crear una red de actores nacionales para impulsar el trabajo colaborativo en torno al turismo pesquero, marinero y acuícola, generando una estructura de gobernanza conjunta, un discurso homogéneo y facilitando la puesta en marcha de esta experiencia global bajo una dimensión nacional con proyección internacional.

Para ello, en el Segundo Objetivo del proyecto presentado y aprobado para la creación y puesta en funcionamiento de la Red de Turismo Pesquero de España se establece “Definir y delimitar correctamente las actividades contenidas (pesca-turismo, turismo marinero en barco y tierra, acuicultura, restaurantes, alojamientos, museos...) para mejorar los recursos turísticos existentes y crear otros nuevos con la participación transversal de los diferentes agentes (en el marco de la definición del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero de los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria y Turismo)”.

El marco de referencia establecido como guía para la creación y puesta en funcionamiento de la Red de Turismo Pesquero de España es el documento marco “Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero” de los citados ministerios. En dicho documento, como su propio titular indica, se emplea tanto el término “Turismo Pesquero” como el de “Turismo Marinero”, e incluso atendiendo al orden en el que se utilizan las palabras se inclina más por el empleo de la definición de Turismo Pesquero que la de Turismo Marinero.

Una de las principales conclusiones extraídas de la elaboración de los diferentes estudios realizados y prospecciones de mercado es que la denominación más correcta a emplear es la de **Turismo Pesquero**, que a su vez coincide con lo expuesto en el documento de los ministerios de Agricultura y Pesca y de Industria y Turismo donde se sientan las bases para la creación de un Club de Producto.

Otra de las conclusiones es que el uso de la denominación de Turismo Marinero se ha convertido en un cajón de sastre para cualquier actividad relacionada con el mar y ajena en muchos casos a las realizadas por los y las profesionales sector pesquero y acuícola o que giran en torno a ellas. Los exponentes más claros de esta situación es que los chárteres de pesca o los paseos en

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

golondrinas o barcos turísticos sin ninguna vinculación con el mundo de la pesca profesional es lo que actualmente, en general, se identifica más por el público como Turismo Marino.

El proyecto presentado y aprobado para la creación y puesta en funcionamiento de la Red de Turismo Pesquero de España se centra en crear una red de actores en torno a las actividades realizadas por los profesionales del sector pesquero y acuícola o que giran en torno a dichas experiencias, con el fin de crear un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional, mediante la fórmula de un club de producto y creación de una plataforma Web para su comercialización.

❖ El resumen de las actividades contempladas es:

1.- Turismo a bordo

- Pesca-turismo
- Turismo pesquero o marino

2.- Turismo Pesquero o Marino en tierra

- Marisqueo a pie
- Oficios del mar (talleres de rederas)
- Rutas marinas en tierra (visitas a Lonjas, barrios marinos, puertos pesqueros...)
- Actividades socioculturales (museos, exposiciones, faros...)
- Comercialización de productos pesqueros y acuícolas (salineras, conservas, salazones...)
- Actividades gastronómicas (ferias, talleres...)

3.- Acuiturismo

4.- Comercios marinos

5.- Restaurantes marinos

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

6.- Alojamientos marineros

7.- Agencias especializadas y Clubes de Producto

Uno de los principales objetivos es crear una marca que englobe todas las actividades y experiencias expuestas anteriormente. La importancia de crear una marca propia cuando se lanza un producto turístico nuevo al mercado, que delimite lo más correctamente posible lo que lo diferenciaría de sus competidores, es vital. En este sentido, el término “turismo mariner” está sobre explotado en Internet, por lo que no es aconsejable su uso, sobre todo, cuando se pretende introducir un nuevo producto turístico y darle un carácter diferenciador.

Por ello es, necesario optar por un término poco explotado y que, a su vez, permita el mejor posicionamiento SEO, que se ajuste a las diferentes redes sociales y sea fácil de encontrar en los diferentes buscadores de Internet. Además, es vital que se trate de una marca fácil de reconocer y que sea adoptada por las personas, ya que es de los activos más valiosos a tener en cuenta cuando se crea un nuevo producto turístico.

Es por todo ello que optamos por utilizar el término “**turismo pesquero**” sobre el cual girará todo este nuevo producto turístico. No solo estará contemplado en la denominación de la Red y el Club de Producto, sino que también será el pilar para el dominio en Internet de la plataforma Web (turismopesquero.com) así como de las distintas redes sociales (X, Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn).

El eje conductor de esta nueva Red, que engloba el Club de Producto y la plataforma Web, será el término turismo pesquero, con el que se pretende la unión de estos dos conceptos (sector pesquero en su sentido más amplio y sector turístico), lo que permitirá ofrecer una serie de servicios, actividades y productos singulares e inconfundibles bajo esta marca, que también contará con logotipos propios y reconocibles.

❖ **Bajo el término “turismo pesquero” se pretende:**

- Definir y delimitar correctamente las actividades contenidas dentro la Red.
- Exponer la autenticidad y exclusividad de las experiencias y actividades bajo la denominación de Turismo Pesquero.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Ofrecer al cliente la experiencia de la actividad como un todo, es decir, no solamente puede realizar una actividad concreta, sino que además puede combinarlas con otras experiencias que formen parte del Club, integradas en la plataforma Web, y, a su vez, disfrutar de los recursos naturales que ofrece el entorno donde se realizan las diferentes experiencias, así como de los paisajes, naturaleza, cultura, tradiciones, oficios y gentes.
- Crear valor añadido
- Crear sinergias con otros sectores en el marco del turismo azul y la economía colaborativa
- Crear una oferta conjunta con la posibilidad de unir los servicios o productos que ofrecen varios miembros de la Red de Turismo Pesquero dentro de un mismo territorio de manera individual para transformarlos en un servicio completo y más amplio, de tal forma que se puedan ofertar la contratación de paquetes que incluyan actividades de diferentes categorías.
- Ser una garantía de sostenibilidad medioambiental e innovación.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.2.- Marca de la Red de Turismo Pesquero de España

Uno de los objetivos principales es crear una imagen de marca y corporativa para dar cobertura a todas las actividades que forman parte de la Red de Turismo Pesquero de España. La marca debemos entenderla como una especie de "ventanilla única" que engloba productos, actividades y servicios asociados y que dan como resultado una oferta concreta a la vez que global.

Es por ello por lo que lo primero que hemos de hacer es elegir las palabras que consideramos clave para nuestra actividad, en nuestro caso se ha optado por el término **Turismo Pesquero**, y sobre el cual ha de girar la marca que identifique la Red.

La marca es una representación simbólica del posicionamiento que tiene o quiere tener la Red, y el posicionamiento es la forma en que las actividades, experiencias y productos que formen la Red será percibida en la mente del consumidor. El posicionamiento debe mantenerse en el tiempo. Es lo que se llama diferenciación, y la diferenciación, en definitiva, es marketing.

Las marcas tradicionales trabajan sobre todo el recuerdo, y bombardean al consumidor con publicidad que lo único que puede hacer es asociar a distancia el concepto y la solución. Porque el consumidor está lejos de la oferta, salvo en el caso de promociones en el punto de venta.

Pero en Internet la marca lleva directamente a la oferta a través de una web, así como de las redes sociales o mediante enlaces o links, y el usuario, y la empresa que está tras la marca, tienen la enorme posibilidad de interactuar, de conocerse frente a frente, y, en definitiva, de ponerse a prueba. Y cuando el usuario pone a prueba a la marca -entendida ésta como la empresa misma-, busca siempre la solución. De ahí que la Red de Turismo Pesquero de España contemple la presencia en las principales redes sociales (Instagram, Facebook, X, YouTube y LinkedIn) para que la marca tenga la mayor difusión posible.

Para ello, los miembros fundadores de la Red deben de realizar un esfuerzo por conseguir que la reputación corporativa sea idéntica en los nuevos miembros que se sumen a ella, y que el usuario no sienta que está en un portal diferente cada vez que se desplaza en la web por cualquiera de los productos, servicios y actividades de la Red. Además, se creará un email

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

corporativo propio, basado en el dominio de Turismo Pesquero, para reforzar la identidad de marca.

El número de posibles futuros miembros de la Red es demasiado grande para vigilarlos, por eso, conseguir la integridad de la marca no siempre es fácil, y se hace necesaria una protección de las agresiones, lo que nos obligará a centralizar la problemática, implicando mayor seguimiento y coordinación. Máxime cuando estamos sometidos a procesos de integración de nuevos entornos tecnológicos.

Pero en un entorno lleno de marcas y supuestas soluciones donde es muy fácil poder perderse, la marca en Internet necesita no sólo tener la solución detrás, sino ser identificable y accesible. Es por ello que se ha optado por el término **Turismo Pesquero**.

Por eso debemos construir nombres de marca fáciles de recordar y teclear, reservar los dominios, e intentar estar con nuestra marca en todas partes, usando la publicidad online y offline, las redes sociales, los recursos de búsqueda, la promoción en comunidades, foros, etc. y buscando alianzas estratégicas de marca, para que se nos asocie con otros, para que la marca sea más visible, y, en definitiva, para que la marca genere tráfico de afluencia hacia las diferentes actividades, servicios y productos que forman la Red de Turismo Pesquero de España.

Pero la marca sin una estrategia de marketing detrás nunca sirve de nada en Internet. Podrá motivar visitas, pero las visitas sin una percepción profesional de calidad no fidelizan, y esa es una situación demasiado frecuente en Internet. Por ello, se establecerán unos protocolos que deben cumplirse para formar parte de la Red, que se irán actualizando.

Los fundadores del proyecto tendrán entre sus funciones la de diseñar la imagen de la Red de Turismo Pesquero de España, ya que uno de los objetivos es obtener una imagen común asociada a la calidad.

Por ello, la marca debe representarse mediante unos distintivos gráficos que sean reconocidos por los turistas como emblema de unos productos y servicios con garantía de calidad. Los servicios, actividades y productos que se ofrezcan bajo el paraguas de esa imagen deberán cumplir con los requisitos mínimos recogidos en los requisitos para formar parte de la Red, que

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

deben ser verificables y que se establecerán en función de cada una de las diferentes categorías en los que podrán adscribirse.

La adhesión a la Red garantizando la pertenencia a ésta permitirá a sus socios la obtención de un certificado o imagen que debería estar en una zona visible en su web para el consumidor. El distintivo gráfico de la marca es aconsejable que esté presente en las páginas web de los asociados, en el establecimiento o local, así como en los folletos de promoción y resto de material divulgativo para que los productos, actividades y servicios ofrecidos sean fácilmente identificados con su pertenencia a la Red, con el fin de poder diferenciarlos del resto que no cumplen con dichos requisitos. A ello se unirá la creación de un email corporativo, que tendrá su origen en la raíz del dominio Turismo Pesquero para subrayar todavía más su diferenciación como marca.

La puesta en marcha y creación de la Red de Turismo Pesquero en su fase inicial tiene previsto, como una de sus primeras acciones, la contratación de una empresa que haga el diseño de la imagen de la Red para que la represente e identifique.

Este diseño gráfico de marca será aprobado de manera consensuada por los socios fundadores del proyecto y contará con un manual de identidad gráfica, en el que quedarán recogidos los diferentes aspectos relacionados con dicha imagen: medidas, colores, tipografía, composición, etc., así como su empleo y su adecuada utilización.

Esta información sobre las características del diseño gráfico de la marca debería entregarse a todos los futuros miembros de la Red para su cumplimiento y, en este caso, asegurarse de la correcta colocación, en lugar visible, del certificado de adhesión o imagen, y al mismo tiempo verificará el correcto uso de la marca de la Red.

Por esta razón, una de las obligaciones para todos los miembros de la Red es hacer una buena utilización de su imagen, ya que de lo contrario los perjuicios que podrían causar repercutirían negativamente sobre el resto de los integrantes.

La Red debe posicionarse en el mercado como garante de experiencias únicas y de servicios y productos que cumplen unos estándares de calidad. Por esta razón es crucial salvaguardar en el tiempo los valores y la imagen de marca asociada a la Red para que este pueda mantener su posicionamiento y liderazgo.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Una vez decidida la imagen de marca corporativa de la Red de Turismo Pesquero de España es necesario posicionarla y diseñar una imagen empresarial, que tenga como fin lograr un lugar distinguible en la mente del público objetivo.

La creación de esta nueva marca pretende, como estrategia, unificar una oferta que apenas está explotada, que existe principalmente en todo el litoral español y algunas zonas del interior, pero está diseminada, y conseguir que, no solamente en el mercado interior, sino que también en el exterior, el turismo pesquero y acuícola sea percibido como una marca española propia y diferenciada, al igual que otros productos que se asocian a lo que se denomina “Marca España”.

Para ello, es necesario establecer una estrategia de marketing que permita alcanzar los objetivos de la Red, que defina las necesidades de la demanda, que las satisfaga creando y ofreciendo valor a los servicios, actividades y productos que figuran en la plataforma Web, y por consiguiente rentabilidad a los socios que constituyen la Red de Turismo Pesquero de España.

Es necesario conocer al público objetivo, segmentar la demanda identificando el perfil de distintos grupos y analizando las diferencias demográficas, sociológicas o sus pautas de consumo.

De esta manera, se podrá encuadrar adecuadamente la demanda en los distintos bloques de actividades que componen el club de producto y posteriormente la plataforma Web dentro del marco global de la Red de Turismo Pesquero. Dicha segmentación permitirá analizar las demandas de los consumidores de cada estrato definido para poder cumplir con sus expectativas y dar cobertura a sus necesidades. De esta manera podremos ofrecer los productos de forma más personalizada, por lo que se debe definir cuál es el valor fundamental de los productos y servicios que se ofrecen.

A raíz de ello, se establecerán dos bloques diferenciados en la plataforma Web. Por un lado, un primer segmento agrupará las actividades, servicios y productos por categorías, siguiendo las líneas trazadas por el documento “Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero” elaborado por los ministerios de Pesca y Turismo; y por el otro se establecerán patrones de búsqueda por territorios.

Por esta razón, es necesario que los miembros de la Red compartan los mismos objetivos, con el fin de que la imagen que se proyecte sea la misma para que los productos, actividades y

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

servicios que se engloban bajo la imagen de la marca de Turismo Pesquero puedan calar en la mente de los consumidores, bajo un mismo mensaje, independientemente de las categorías establecidas o del territorio donde se ofrezcan.

En definitiva, aunque los productos, actividades y servicios que se ofrecerán y formarán parte de la Red de Turismo Pesquero son muy diferentes y en cada territorio tienen peculiaridades distintas, se deben establecer una serie de atributos que convierta a toda la oferta que figura bajo el paraguas y la marca de la Red en un producto único y que se identifique de forma fácil y sencilla.

Para ello se seguirán, tal como figura en nuestro proyecto, los atributos que vienen marcados por el documento “Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero” e incorporaremos otros nuevos siguiendo los últimos criterios fijados por la Comisión Europea en sus políticas principalmente relativas al desarrollo de la economía azul.

Los atributos y valores comunes que deben seguir los productos, actividades y servicios que formen parte de la Red, compartiendo una misma marca, y que los convierten en una oferta única, ya que el fin último es crear un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional, son:

❖ Autenticidad

- La Red englobará todas aquellas experiencias turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar y la acuicultura, así como todas aquellas actividades, productos y servicios vinculadas directamente con el mundo de la pesca, la acuicultura y el marisqueo, lo que le imprimirá un carácter de autenticidad, ya que quedarán excluidas el resto de las experiencias que no cumplan con estos requisitos.

❖ Tradición

- El patrimonio marítimo, pesquero y acuícola no se limita a los elementos materiales, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a las diferentes generaciones: tradiciones orales, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza, saberes y técnicas vinculadas al mundo del trabajo en el mar. Es lo que se denomina

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

patrimonio inmaterial. La necesidad de dar a conocer el legado y las tradiciones marineras es un imperativo, en un entorno de incertidumbre y de desvalorización social, si se pretende que no caigan en el olvido y desaparezcan.

❖ Exclusividad

- Solamente aquellos profesionales, organizaciones y empresas que ejercen sus actividades en agua salada y agua dulce, así como las vinculadas directamente con el mundo de la pesca, la acuicultura y el marisqueo podrán formar parte de la Red, puesto que uno de los objetivos es que estos servicios se presten por las personas que tienen un mayor conocimiento y experiencia sobre ellos, que en la mayoría de los casos son los propios profesionales del mar.

❖ Identidad

- Los productos y servicios ofrecidos por la Red son únicos y singulares, a pesar de su diversidad. Esta identidad común es la que proporciona la diferenciación de la oferta de la Red bajo una misma marca.

❖ Costumbres

- Uno de los objetivos es poner en valor el patrimonio inmaterial de una cultura en vías de extinción y darlo a conocer a los turistas, desde las artes de pesca artesanales, a la gastronomía o las recetas de cocina tradicionales ligadas al mundo del mar y la acuicultura, así como a los productos que nos ofrece, pasando por la observación del medio natural donde se desarrollan las experiencias, los trabajos de mantenimiento de las barcas y redes, técnicas de pesca, especies en peligro, tallas mínimas y consumo responsable de pescado, etc.

❖ Patrimonio material

- Poner en valor todos aquellos elementos turísticos que se pueden encontrar en las zonas donde se ejerce la actividad pesquera y acuícola como los monumentos o construcciones características vinculadas a las áreas costeras y de interior donde se desarrollarán las actividades de la Red y que tienen una vinculación directa con el mundo del mar.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

❖ Naturaleza

- La riqueza paisajística que constituye la esencia natural del territorio donde se ejerce la actividad pesquera y acuícola ofrece la posibilidad a los turistas de disfrutar no solamente de la naturaleza que estas zonas, bien costeras o bien de interior, sino de la fauna y la flora que crece y habita en ellas y que en muchas ocasiones forman parte de parques naturales o zonas protegidas con un gran valor medioambiental.

❖ Sostenibilidad

- Se ofrecen productos y servicios respetuosos con el entorno y los recursos. Las actividades que ofrece la Red podrían definirse como aquellas que pueden mantenerse de forma indefinida sin comprometer la viabilidad de las poblaciones de las especies que captura y sin ejercer un impacto negativo sobre otras especies dentro del ecosistema, incluidas las personas. Sin embargo, este criterio de la sostenibilidad debe tener otros componentes como el social, el económico o el de cohesión territorial, y por tanto no sólo apunta a la dimensión ambiental como suele ser la creencia más común, sino que también se deben tener en cuenta los factores anteriormente citados.

❖ Transmisión de conocimientos y valor educacional

- Las experiencias que ofrezca la Red deben tener un alto valor educativo, presentando la cultura y las formas de vida ligadas a la pesca, el mar y la acuicultura de los pescadores y de las mariscadoras, así como de sus familias, como núcleo de motivación. En este sentido, cobra especial relevancia la custodia o tutela que se convierte en una herramienta para conseguir que la explotación pesquera y acuícola sea compatible con la conservación del medio marino. El mar es utilizado por pescadores recreativos, submarinistas, deportes náuticos, entre otros. Pero desde el punto de vista de la custodia, los agentes claves son los pescadores profesionales y las mariscadoras, que cuentan con la legitimidad para trabajar y vivir del mar y son quienes se convierten, en la práctica, en sus gestores directos.

❖ Digitalización

- Los miembros de la Red deberán adoptar tecnologías digitales para mejorar sus procesos internos, la experiencia del cliente y la entrega de productos, actividades y servicios, que

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- se ofrecerán a través de la plataforma Web, con el fin de caminar hacia una economía digital, donde las transacciones comerciales, la publicidad, el comercio electrónico y otros aspectos de la economía se llevan a cabo en línea.

❖ Accesibilidad universal

- Los miembros de la Red deberán apostar por criterios de accesibilidad universal, por lo que diseñarán entornos, productos y servicios de manera que sean utilizables por todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas. En el ámbito digital, también se desarrollarán estándares que se centren en la accesibilidad para garantizar que las personas con discapacidades también puedan acceder y utilizar la tecnología de manera efectiva.

❖ Igualdad de género

- La promoción de la igualdad de género deberá ser un esfuerzo continuo de los miembros de la Red y las políticas derivadas de las mismas tendrán que estar presentes en todas las acciones que se realicen, así como en los productos, actividades y servicios que se ofrezcan. El papel de la mujer, que hasta ahora ha tenido un rol secundario principalmente en el mundo de la pesca profesional, debe reforzarse ahora que existe un nicho de oportunidad aún por ocupar, y que está relacionado con el emprendimiento y gestión de estas nuevas experiencias.

❖ Protocolos LGTBI+

- La lucha por los derechos de lesbianas, gais, bisexuales, personas transgénero e intersexuales (LGTBI+) ha llevado al desarrollo de varios protocolos, normativas y directrices destinadas a promover la igualdad y la no discriminación. Es fundamental destacar que la implementación efectiva de estos protocolos depende en gran medida del compromiso, la conciencia social y la sociedad en su conjunto, por lo que deben ser tenidas en cuenta por los miembros de la Red.

Toda esta serie de atributos y valores comunes que deben seguir los productos y servicios que formen parte de la Red de Turismo Pesquero de España se quedarían en una mera exposición de principios, si no se cuenta con el personal que prestará las diferentes experiencias.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

El personal encargado de llevar a cabo las actividades de los miembros que formen parte de la Red debe contar con una formación, preparación y cualificación adecuadas. Además, es crucial que posea las habilidades y conocimientos necesarios para garantizar la competitividad del producto o servicio ofrecido. Este equipo también debe demostrar un trato adecuado y adaptado a las diversas tipologías de clientes, generando confianza y cumpliendo con sus expectativas. Es esencial que el personal muestre empatía hacia quienes demandan las actividades de la Red, transmitiendo claramente los conocimientos sobre la cultura marinera y siendo capaz de responder de manera efectiva a dudas o problemas planteados.

Estas características, combinadas, marcarán la diferencia frente a la competencia, elevando a la Red a un nivel superior y generando un valor añadido que se traduce en una ventaja competitiva. La diferenciación resultante no solo asegura calidad, sino que también contribuye a una imagen positiva de los productos y servicios que ofrece la Red.

Por ello, esta estrategia implica que la imagen proyectada por los miembros sea atractiva y coherente con los valores de la Red enumerados anteriormente, proporcionando así una identidad distintiva del Producto de Turismo Pesquero en todas sus manifestaciones y acciones. Por esta razón, se redactarán una serie de requisitos para formar parte del Club de Producto de Turismo Pesquero y por consiguiente por la Red y su página Web asociada, que garantizarán que se cumplen los valores establecidos para formar parte de esta.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.3.- Promoción la Red de Turismo Pesquero de España

El mundo digital cada vez cobra más importancia, por ello la Red de Turismo Pesquero de España debe tener una ventana abierta no solo a través de su plataforma Web, sino también en aquellas redes sociales que se adapten en mayor medida a aquello que se busca. Internet debe ser el eje central, ya que puede ayudar a dar a conocer las experiencias de la Red, que es uno de los mayores hándicaps que tienen generalmente este tipo de productos, actividades y servicios, mientras que se consiguen nuevos clientes, descubriendo oportunidades de negocio, conociendo mejor a la competencia, o simplemente haciendo que los clientes estén más satisfechos.

Internet se ha consolidado como una herramienta fundamental para la planificación de los viajes y la elección de experiencias. Concretamente los extranjeros la han utilizado en el 72,1% de los casos, cifra que se sitúa 15,3 puntos por encima de la mostrada por los turistas españoles. También es relevante destacar que de los extranjeros que utilizan Internet, el 76,6% llegaron a comprar por este canal algún producto turístico, dato que es aún más relevante si se compara con el del mercado nacional, ya que estos no sólo utilizan Internet en menor medida, sino que de los que lo hacen solo el 64,5% realizan alguna compra, aunque cada año aumentan todos estos porcentajes, que corresponde a 2022.

Actualmente la reputación de una empresa se mide en la cantidad y calidad de los contenidos que publica y en lo que los demás publican de ella. Las Redes Sociales (RRSS) hoy en día son básicas para todas las marcas, independientemente de su tamaño, ya que nos permiten estar cerca de los posibles consumidores.

Una parte esencial de la Red, y en concreto de la plataforma Web, es poder crear un paquete turístico en el que se realiza un paseo a bordo de un buque pesquero, la visita a la lonja, la degustación de los productos recién pescados en un restaurante que pertenezca a la Red y que, además, puedan visitar una nave de rederas y alojarse en un establecimiento cuya temática sea marinera. Ofrecer este tipo de ofertas combinadas ayuda a la demanda en la toma de decisiones, ya que solamente tiene que buscar uno de los elementos y no todos ellos individualmente.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

La Red de Turismo Pesquero de España debe aprovecharse de todas las ventajas competitivas que ofrece Internet, así como de todas sus herramientas, es por ello por lo que será en este espacio en el que pivotarán sus principales políticas de promoción. Para ello se creará una plataforma Web, en la que estarán presentes todas las actividades, productos y servicios de los miembros de la Red y que, a su vez, se acompañará con la presencia en las principales redes sociales, contando con perfiles propios en cada una de ellas.

➤ **Posicionamiento SEO**

La plataforma Web es el mejor vehículo de comunicación con los clientes, ya que será el escaparate de la Red. A su vez, nos permitirá aprovechar toda la información que generan los visitantes de nuestra web, a través de las diferentes herramientas de medición, como pueden ser Google Analytics y Google Search Console, para que podamos trasladar a los miembros de la Red dicha información, de tal forma que puedan ofrecer mejores servicios al atender las peticiones de sus clientes de la manera más personalizada posible.

De este modo es mucho más probable que los clientes de los miembros de la Red queden más satisfechos, aumentando los niveles de fidelización y recomendando a otros turistas de características similares a las suyas de las experiencias que se ofrecen. Además, ayudarán a los miembros de la Red de Turismo Pesquero de España a definir mejor su oferta.

Un elemento crucial para el éxito de la Red es el posicionamiento de la plataforma Web y sus perfiles en redes sociales en los buscadores de Internet y esencialmente en Google, que aglutinó en 2023 el 95% de las búsquedas. En este sentido, se hace esencial el posicionamiento en dicho buscador, para lo que hay que tener en cuenta que es crucial aparecer en la primera página de resultados de búsqueda.

Estar bien posicionadas en Internet equivale, al menos, encontrarse entre los 30 primeros resultados que ofrecen los diferentes buscadores, ya que constituyen el medio habitual de entrada de los nuevos usuarios a una web. La importancia de estar entre los 30 primeros se debe a que se han realizado estudios que ponen de manifiesto que los usuarios no suelen ir más allá de la tercera página de resultados y estos suelen venir ordenados de 10 en 10.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Para conseguirlo se debe optimizar la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero de España, lo que consiste en adaptarla para que los buscadores la entiendan mejor y la valoren más. Si se consigue este objetivo, es la manera más viable de posicionarse en Internet.

Por ello, lo primero que se debe hacer cuando se construya la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero de España es elegir las palabras que se consideren clave para las actividades, productos y servicios que se ofrecerán.

En este sentido no es sólo importante la opinión de los socios, sino que además se debe contrastar con las que los internautas utilizan cuando buscan información en Internet sobre dichas experiencias. Se emplearán las distintas herramientas existentes, además de las descritas anteriormente, como Google Trends, para determinar las palabras clave que deben estar presentes no solo en la elaboración e inserción de contenidos de la plataforma Web (title, las etiquetas alt de las imágenes, las metatags, descripciones, las urls amigables, etc.) sino también en cualquier texto que se elabore para los perfiles de las redes sociales.

Una vez conocidas se realizarán análisis comparativos con la competencia, ya que a través de un sencillo cuadro de mandos se puede hacer el seguimiento mensual tanto de la Red como de la competencia para determinadas palabras o combinaciones de palabras. Esta estrategia de marketing en Internet va a permitir reflexionar sobre las acciones de comunicación no solo frente a la competencia, sino sobre todo para obtener un posicionamiento óptimo.

No hay que olvidar que la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero de España no solo figurará en castellano, sino que también estará en catalán, gallego, euskera, inglés, alemán y francés, por lo que habrá que realizar todo el proceso anteriormente descrito para cada uno de los diferentes idiomas; y no bastará una traducción literal del castellano al resto de lenguas.

➤ Posicionamiento SEM

Un aspecto para tener en cuenta es la gran importancia que ha cobrado el marketing digital, con el crecimiento exponencial cada año de las ventas que se realizan por Internet, ya que proporciona una información exhaustiva acerca del usuario y todas las visitas que realiza. Internet se ha consolidado como una herramienta fundamental para la planificación de los viajes y comprar las experiencias de ocio. Por ello las campañas SEM se han convertido en una de las

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

estrategias más potentes para darse a conocer hoy en día. Una campaña SEM es una estrategia publicitaria que consiste en generar anuncios en buscadores como Google, con el fin de posicionarnos en las primeras posiciones de resultados, a través de las búsquedas de los usuarios.

La importancia del SEM dentro del marketing digital ha ido cobrando más y mayor importancia con los años. En la sociedad digital en la que vivimos, todos tenemos consultas que hacerles a los distintos motores de búsqueda. En realidad, hasta podríamos decir que todo lo que no aparece en Internet no existe. Y no sólo eso, sino que, si no estamos en las primeras posiciones de resultados, tampoco tenemos muchas posibilidades. Por eso el posicionamiento en buscadores es tan importante: debemos competir para estar en las primeras posiciones para que podamos tener más tráfico y más visibilidad.

Aunque el proyecto de creación y puesta en funcionamiento de la Red de Turismo Pesquero no lo contempla por las características del programa por el que se aprobó la subvención, una vez finalizado se debería tener en cuenta contratar campañas de publicidad muy segmentadas, pues la Red dispondrá, finalizada esta fase inicial, de abundante información acerca del usuario y todas las visitas que se hacen mediante identificación previa, según se ha explicado anteriormente.

Por tanto, si tenemos que realizar una estrategia de pago para posicionarnos, deberemos crear una campaña de SEM dentro del mayor motor de búsqueda que es Google y, a través de su principal herramienta: Google Ads.

La herramienta Google Ads nos permite segmentar a nuestro público objetivo, por lo que podremos crear campañas teniendo en cuenta diferentes características, como, por ejemplo, el sexo, la edad, la región geográfica, las horas y días que busca información en Internet, los gustos y las aficiones...

La campaña tendrá como principal objetivo aparecer en los primeros resultados de los motores de búsqueda, por lo que, si lo conseguimos, tendremos mayor tráfico visitando la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero de España. Y, gracias a la previa segmentación del público objetivo, el resultado final será mucho más cualitativo, y en definitiva aportará mayor rentabilidad.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Gracias a Google Ads, en todo momento podemos monitorizar la información sobre los resultados de la campaña. Además, tendremos información detallada sobre el comportamiento de nuestros usuarios: el número de clics, las impresiones, conversiones, horas, sexo, región, edad, etc.

Haciendo una campaña de SEM tendremos control absoluto a la hora de iniciarlas y terminarlas. Fijaremos el presupuesto y únicamente pagamos cuando se produzca alguna interacción de los usuarios. Además, Google Ads nos permite diseñar y lanzar campañas distintas en función de nuestro público objetivo y la estrategia que más se ajuste a nuestras necesidades. Así podemos crear campañas de Búsqueda, Display, Shopping, Vídeo, Aplicación, Smart... así como establecer el pago por número de impresiones (cada vez que un anuncio aparece en una página de resultados de búsqueda u otro sitio de la red de Google), clics en nuestro enlace o conversiones (cuando el resultado final desemboca en una compra).

En definitiva, la principal función del SEM es recoger la demanda, esto es, ser la respuesta a todas aquellas personas que tienen una necesidad que nosotros podemos resolver. Las personas que tienen estas necesidades son aquellas que forman nuestro público objetivo, así que, si conseguimos ponernos en las primeras posiciones en los resultados para las búsquedas de nuestro público objetivo, no sólo incrementaremos el tráfico web a corto plazo, sino que tendremos además posibilidades de transformar las visitas en clientes para los miembros de la Red.

También se puede hacer publicidad online a través de las redes sociales. Las principales son Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram y YouTube, aunque su efectividad es menor que las campañas de Ads. También en la mayoría de los casos se puede segmentar por el sexo, la edad, la región geográfica, los gustos y las aficiones, entre otras muchas variables.

➤ Redes sociales

La importancia del SEO dentro del marketing digital ha ido cobrando más y mayor importancia con los años. Es por eso, como explicábamos anteriormente, que el posicionamiento en buscadores es fundamental para que podamos tener más tráfico y más visibilidad.

A todo ello nos ayuda de una forma importante tener presencia en las distintas redes sociales, mientras que a su vez son herramientas que nos permiten llegar a nuevos usuarios para dar a

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

conocer la Red de Turismo Pesquero de España y poder interactuar directamente con ellos. Cada red social tiene su público y papel, por lo que debemos elegir cuál se adapta mejor a nuestras necesidades. En esta fase inicial de creación y puesta en funcionamiento de la Red está previsto que cuente con perfiles propios en Facebook, LinkedIn, X o Twitter, Instagram y YouTube. Una vez concluido este plan piloto es aconsejable tener presencia en TikTok, debido al crecimiento exponencial que ha experimentado en los últimos tiempos.

El papel de cada red social es diferente por lo que debemos tenerlo en cuenta a la hora de publicar contenidos relacionados con la propia Red o con las experiencias que la forman que queremos difundir y promocionar. Además, son una herramienta muy útil para captar nuevos socios a la Red e incorporar más actividades a la plataforma Web.

Por esta misma razón, las redes sociales suponen un espacio muy atractivo para las marcas, ya que los usuarios pasan una gran cantidad de tiempo prestando una mayor atención que cuando consumen otros medios como la televisión o la prensa, que prácticamente han quedado actualmente relegados a un papel más secundario.

La creación de la Red de Turismo Pesquero tiene con fin crear perfiles en las principales redes sociales con el fin de dar a conocer el proyecto. Estas acciones ayudan a interactuar con los usuarios, entablar conversaciones con ellos y construir valor para la Red, contribuyendo a su difusión y captación de nuevos socios sobre todo a largo plazo si se mantienen unas acciones continuadas en el tiempo, ya que los futuros socios podrán comprobar, a través de nuestras publicaciones, que tendrán siempre un enlace a la plataforma Web, que la constitución de la Red es una realidad y animará a otros a incorporarse a la misma.

Es conveniente publicar en las redes sociales información exclusiva que no se ofrezca en la plataforma Web corporativa con regularidad, de modo que a los seguidores de la Red les compense dedicarle su tiempo, ya que, cuando alguien se plantea hacerse seguidor de una determinada marca en una red social siempre se va a preguntar: ¿qué obtengo yo a cambio? El tipo de información que debe publicar la Red en su perfil en cada una de las redes sociales debe estar totalmente adaptada al target y a las particularidades de dicha red social y al público al que nos dirigimos.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

En definitiva, el profesional que se encargue de gestionar la imagen de la Red de Turismo Pesquero en las redes sociales no sólo ha de conocer la marca y la estrategia a seguir, sino que ha de ser un usuario intensivo de estas redes, para no desentonar con la forma en la que los usuarios se mueven en ella. Por esta razón, está prevista la contratación de un Community Manager, que debe encargarse de cumplir con todo lo expuesto anteriormente.

2.4.- Estrategias de Comunicación de la Red de Turismo Pesquero

La Red de Turismo Pesquero pretende desplegar una serie de estrategias de comunicación y difusión, además de las referidas al espacio global de Internet. Esta planificación se centrará en los medios de comunicación, en la colaboración con las administraciones públicas, GALPA y organizaciones vinculadas al sector pesquero y acuícola, así como el sector turístico y la presencia en ferias y eventos relacionados con las actividades que engloban la Red.

➤ Medios de Comunicación

Es necesario contar con un plan de comunicación, que tiene como objetivo aprovechar los hitos informativos que generan las actividades que pretendemos realizar en todos los pasos de la constitución de la Red de Turismo Pesquero de España para obtener la mayor difusión posible. Para ello se puede convocar a los medios de comunicación cuando se pretenda dar conocimiento de un hecho relevante, facilitar notas de prensa o post en las distintas redes sociales de la Red.

El objetivo a largo plazo es crear interés para que los medios de comunicación se fijen periódicamente en nosotros. Sus publicaciones servirán para darnos a conocer y sobre todo para posicionar nuestro proyecto, en su conjunto, en los primeros lugares de los buscadores de Internet, ya que la presencia en la prensa suele situar dichos textos en un lugar privilegiado en Google.

➤ Colaboración con las administraciones públicas, GALPA y organizaciones pesqueras

Una de las principales vías de promoción que se pueden establecer es la colaboración con los ministerios de Industria y Turismo y de Agricultura y Pesca para que incorporen a sus páginas webs la información relativa a la Red de Turismo Pesquero de España, e incluso un enlace que redirija a de la plataforma Web de la Red.

Especialmente importante sería que Turespaña promocioe la Red a través de su portal web, ya que el objetivo central del proyecto es la promoción exterior del turismo pesquero y acuícola como nueva marca de España, creando un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional. De cara a tener presencia en el mercado exterior un papel importante es el que

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

pueden desarrollar las Oficinas Internacionales de Turismo del Ministerio e incluso su presencia en los distintos catálogos de promoción turística.

Estas mismas acciones se pueden trasladar a las comunidades autónomas y corporaciones locales, así como organizaciones pesqueras (federación nacional de cofradías, cofradías en general, organizaciones de productores de pesca y Cepesca, entre otros) y acuícolas, que, junto con la participación esencial de los Grupos de Acción Local de Pesca y Acuicultura o Grupos de Desarrollo Local, son fundamentales para extender y dar a conocer a la Red de Turismo Pesquero por todo el territorio y captar nuevos miembros.

Para lograr este objetivo de ampliar la Red se facilitará a todos los organismos que acepten colaborar la información necesaria de las características y requisitos para formar parte de la Red, listados de miembros, que se irá actualizando periódicamente, y plataforma Web, lo que facilitará que puedan realizar jornadas informativas en sus respectivos ámbitos territoriales.

➤ **Presencia en ferias y eventos**

Todo ello será un complemento a las propias acciones de promoción que pueda llevar a cabo la Red, en función de su presupuesto y en la primera fase del presupuesto de la subvención aprobado, en ferias y eventos relacionados con las actividades, productos y servicios que engloban la Red en sus diferentes categorías, como pueden ser principalmente en ferias gastronómicas, de turismo nacionales e internacionales, o relacionadas con cualquier actividad del sector pesquero y acuícola, así como cualquier otro que sea considerado interesante para darse a conocer o posicionarse como un nuevo producto de la oferta turística.

➤ **Sector turístico**

Una de las estrategias que se deben contemplar de cara al futuro es la colaboración con las cadenas hoteleras y tour operadores, incluido el reparto de folletos promocionales especialmente en las oficinas de Turismo en las zonas que comercializamos las distintas experiencias y productos. Habitualmente diferentes administraciones turísticas invitan a grupos de agentes de viajes y tour operadores para presentarles distintas experiencias que se pueden realizar en territorios concretos. Esta puede ser otra vía para promocionar algunas de las experiencias y productos específicos que forman parte de la Red de Turismo Pesquero y a la propia Red en sí.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.5.- Plan de difusión

El proyecto para la creación para la Red de Turismo Pesquero de España contempla toda una batería de acciones de difusión iniciales que se desarrollarán durante el periodo de constitución de la misma, aunque también se realizarán otras que no están recogidas en el proyecto aprobado dentro del programa de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo al que se debe ceñir esta iniciativa.

Las acciones de promoción contempladas en el proyecto aprobado son las siguientes:

- Evento de presentación del proyecto de la Red Nacional de Turismo Pesquero de España
- Difusión de una reunión con los ministerios de Industria y Turismo y de Agricultura y Pesca
- Acciones de difusión del discurso de la Red de Turismo Pesquero de España y las bases y requisitos para formar parte del Club, y en definitiva de la Red.
- Creación de una pestaña específica del proyecto en la página web de cada uno de los socios fundadores (Consortio de Turismo Sostenible de la Costa Occidental de Huelva, Pescaturismo, Turismo Marinero de Murcia, Fundación Expomar, Grupo Abica, el GALPA Ader La Palma, Ociomar Torrevieja y Fundació Promediterrània).
- Creación de una pestaña específica de la plataforma Web de la Red, que sería aconsejable que contarán con ella todos los nuevos miembros a medida que se van incorporando al proyecto.
- Difusión de los protocolos de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal e igualdad de género de la experiencia de la Red de Turismo Pesquero.
- Difusión del código de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible en el ámbito del Turismo Pesquero.
- Difusión de los manuales formativos por las principales categorías de actividades que formarán parte de la Red.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Difusión online y en medios de comunicación de la celebración de dos encuentros comerciales B2B para la captación de agentes comercializadores del producto.
- Difusión online y en medios de comunicación de la celebración del I Foro Nacional de Turismo Pesquero.
- Difusión de la celebración de las dos jornadas de divulgación de la Red y captación de socios por el territorio nacional.
- Difusión del Programa de encuentros comerciales para la captación de futuras entidades participantes en la Red.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.6.- Estructura de gestión de la Red de Turismo Pesquero

La estructura organizativa se ocupará tanto del Club de Producto como de la plataforma de Web, es decir de la Red en sí en su conjunto, y planificará y gestionará todos los ámbitos de ésta. Para ello se creará un ente de gestión que inicialmente durante el tiempo de ejecución del proyecto de creación y puesta en funcionamiento de la Red de Turismo Pesquero estará formado por los 8 socios fundadores y que, en cumplimiento de la iniciativa de la convocatoria, son los responsables de su puesta en marcha.

Al tratarse de un proyecto de interés público, sin interés comercial alguno, una vez concluida esta fase inicial de creación de la Red, el objetivo deseable en un futuro y dadas las características particulares de los que forman principalmente la Red (pescadores profesionales, asociaciones de mariscadoras y rederas) que lo diferencia notablemente de otros clubs de producto (Rutas del Vino de España, Club de Ecoturismo de España, Club de Castillos y Palacios Turísticos de España, Saborea España, etc.) es que fueran los ministerios de Pesca y de Turismo, así como de las organizaciones pesqueras, cofradías y GALPA los encargados de liderar la Red y seguir dando continuidad a la iniciativa. No obstante, en una primera fase pueden ser entre aquellos socios fundadores que lo deseen y de manera voluntaria, los que den continuidad a la Red.

Con esta finalidad y como la Red tendrá presencia en todo el territorio nacional se establecerá un Comité Nacional, que presidirán los responsables de los ministerios de Pesca y de Turismo, y contará con una junta directiva en la que tendrán representación las organizaciones pesqueras, cofradías y GALPA. También podrá formar parte de este órgano gestor nacional un representante por cada una de las diferentes categorías que se establezcan en la composición del Club de Producto y la posterior plataforma Web, así como la persona que se nombre para desarrollar las tareas de Gerencia. En definitiva, se establece una estructura de gestión público-privada.

Este comité Nacional podrá contar con el apoyo de un consejo asesor, que debería estar formado por representantes tanto públicos como privados de reconocido prestigio e influencia en los diferentes ámbitos que constituyen la Red de Turismo Pesquero de España, aunque sus decisiones o voto no tendrán carácter vinculante.

Puesto que las actividades, productos y servicios que forman parte de la Red se desarrollan en territorios concretos, es necesario trasladar la misma estructura organizativa a nivel local, con la

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

única diferencia que en este caso serán los responsables autonómicos quienes presidirán esta estructura.

Con el fin de una colaboración efectiva entre el Comité Nacional y los diferentes órganos de gestión autonómica o local se establecerán diferentes mecanismos de coordinación, que serán responsabilidad de la dirección de nacional de la Red con la participación de los responsables de las organizaciones territoriales.

El Comité Nacional será el encargado de elegir un equipo técnico para la gestión diaria tanto del Club de Producto como de la plataforma Web, así como de la captación de nuevos socios. Este equipo también tendrá entre sus funciones validar los certificados de adhesión, verificar el correcto uso de la imagen del Club y vigilar el cumplimiento de los valores y políticas de los miembros de la Red. También se encargará de proponer las actualizaciones que sean necesarias referidas a cualquier ámbito de la Red para su posterior aprobación por parte del Comité Nacional y los diferentes órganos de gestión autonómica o territorial.

Una de las principales tareas de este equipo técnico será la promoción y difusión de la Red, así como la incorporación de las actividades, productos y servicios que ofrezcan los nuevos socios en la plataforma Web. Con el fin de que el equipo técnico pueda desarrollar correctamente las tareas que le encomienden los órganos de dirección, de las que algunas de las principales se han esbozado anteriormente, debería contar con la siguiente estructura y que estará condicionada al presupuesto con el que se cuente:

- Gestor
- Community manager
- Servicios de traducción
- Servicios de informática para el mantenimiento de la plataforma Web
- Personal para la captación de nuevos miembros de la Red y todos los trabajos derivados de dicha tarea, como pueden ser la verificación de los certificados de adhesión y la incorporación de contenidos a la plataforma Web, entre otros.
- Servicios de Asesoría de Cuentas

2.7.- Requisitos para inscribir las actividades en la Web

El ingreso de las diferentes experiencias en la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero debe cumplir una serie de requisitos y documentación alineados con todo lo establecido en este Manual, que podrán descargarse desde una pestaña específica de la web y que será necesario rellenar para incluir las actividades de los socios en dicha plataforma.

Tanto para la estructura de la página Web de la Red como de otros elementos básicos que forman parte de la misma, como pueden ser las condiciones de uso, entre otros, han servido de orientación las pautas seguidas por la Secretaría de Estado de Turismo en su Portal Oficial de Turismo de España” y en concreto en su web spain.info.

Otro aspecto importante que se ha tenido en cuenta es la simplificación de la tramitación y de la documentación que es obligado rellenar, con el fin eliminar dentro de lo posible la carga burocrática que puede suponer el ingreso de las diferentes actividades en la Web de la Red, sobre todo teniendo en cuenta que muchas de ellas son gestionadas directamente por los profesionales del mar, que serían los responsables de su tramitación.

Por todo ello, se ha optado por apostar por las declaraciones responsables y por cuestionarios fáciles de rellenar, sin detrimento de que la información global que se facilite sea la indispensable, como pueden ser el Manual de la Red y la política de condiciones y usos de la Web.

Los documentos que se aportarán en la pestaña de requisitos de la Web para que las diferentes experiencias formen parte de la misma serán:

- El Manual de la Red de Turismo Pesquero
- Cuadro de Clasificación de las actividades
- Los requisitos obligatorios para que las diferentes experiencias en sus respectivas categorías formen parte de la Red (figura en el capítulo 3.2.- Requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero de este Manual). Este documento debe rellenarse y enviarse a los gestores de la Red
- Una declaración responsable, que debe ser firmada y enviada a los gestores de la Red, y en la que básicamente se establece que se cumple con la legislación vigente, que se está de acuerdo con todo lo establecido en la Manual de la Red, las Condiciones de Uso de la Web y que los datos aportados al rellenar los requisitos obligatorios son ciertos.

2.7.1- Condiciones de Uso la Web

El uso de la información contenida en esta Web implica la aceptación de las siguientes Condiciones de Uso:

Los gestores y miembros fundadores de la Red de Turismo Pesquero de España han creado este sitio web para facilitar a los usuarios el acceso a la información las actividades turísticas que desarrollan los socios de la Red, por lo que los datos que aquí se contienen provienen de múltiples fuentes. Los gestores iniciales de esta Web y miembros fundadores de la Red son el Consorcio de Turismo Sostenible de la Costa Occidental de Huelva, que es el coordinador del proyecto, Pescaturismo, Turismo Marinero de Murcia, Fundación Expomar, Grupo Abica, el GALPA Ader La Palma, Ociomar Torrevieja y Fundació Promediterrània (más conocida por gestionar el Museo de la Pesca de Palamós) y se enmarca en un proyecto que está financiado con fondos procedentes del programa de recuperación de la Unión Europea “Next Generation”, dentro de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo.

La Red de Turismo Pesquero de España pone este material a disposición de los usuarios de forma individual, como licencia de usuario final. Queda por tanto prohibida toda comercialización de este derecho de acceso. Se autoriza el uso de esta información siempre que se cite la fuente: "Fuente: La Red de Turismo Pesquero de España, "www.turismopesquero.es". Queda en cambio prohibida la copia o reproducción de los datos en cualquier soporte electrónico (redes, bases de datos o publicaciones electrónicas) que permita la disponibilidad de esta información a múltiples usuarios sin el previo consentimiento por escrito de los gestores de La Red de Turismo Pesquero de España.

Socios de la Red

Aquellas empresas, organizaciones y actividades que figuran en esta web son miembros de la Red de Turismo Pesquero de España, por lo que se han comprometido a cumplir con unos requisitos obligatorios y en un futuro con otros complementarios, que se establecen en el “Manual para la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España” y que pueden consultarse en esta misma plataforma web en el apartado de “Manuales de la Red”.

Calidad de la información

Los datos y otros materiales que aparecen en esta Web se han introducido siguiendo estrictos procedimientos de control de calidad y ofrecen información sobre las actividades que facilitan los socios de la Red, redirigiendo a los usuarios a sus propios sitios web. Por tanto, los gestores de la Red de Turismo Pesquero de España no se responsabilizan del contenido de dichos datos. En particular, los gestores de la Red de Turismo Pesquero de España no se comprometen a su actualización inmediata, a lo que están comprometidos los gestores de las actividades que figuran en esta Web.

Los precios de productos y servicios de las actividades que figuran en el Web pueden no ser correctos. Los gestores de la Red de Turismo Pesquero de España no se responsabilizan de

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

ningún daño o perjuicio sufrido por el usuario que se deriven a las distintas actividades que figuran en la Web o del uso de información o aplicaciones en ellas contenidas. La Red de Turismo Pesquero de España permite la consulta libre y gratuita de esta información, no permitiendo la copia y distribución de páginas, aunque se cite la fuente, no permite que se manipulen ni alteren los contenidos o se utilicen directamente con fines comerciales.

Esta Web no proporciona ningún tipo de recomendación de productos o servicios turísticos, ni asesoramiento, ni de otra clase. La utilización de determinados servicios ofrecidos en este sitio se regirá además por las condiciones particulares previstas en cada caso, que pueden sustituir, completar y/o modificar las presentes Condiciones de Uso.

Por lo tanto, con anterioridad a la utilización de dichos servicios, el usuario también ha de leer atentamente las correspondientes condiciones particulares, las cuales se entenderán aceptadas por el mero uso de tales servicios. Se autoriza la visualización, impresión y descarga parcial del contenido de la Web sólo y exclusivamente si concurren las siguientes condiciones:

- Que sea compatible con los fines del Sitio Web www.turismopesquero.es.
- Que se realice con el exclusivo ánimo de obtener la información contenida para uso personal y privado.
- Se prohíbe expresamente su utilización con fines comerciales o para su distribución, comunicación pública, transformación o descompilación.
- No obstante la publicación de esos contenidos en cualquier soporte o su utilización, distribución o inclusión en otros contextos accesibles a terceras personas podrá ser autorizada por La Red de Turismo Pesquero de España.
- Que ninguno de los contenidos relacionados en esta Web sean modificados de manera alguna.

Los gestores de la Red de Turismo Pesquero de España se reservan la facultad de efectuar, en cualquier momento y sin necesidad de previo aviso, modificaciones y actualizaciones de la información contenida en su Web, de la configuración y presentación de ésta y de las condiciones de acceso. Que ningún gráfico, icono, vídeo o imagen disponible en esta Web sea utilizado, copiado o distribuido separadamente del texto o resto de imágenes que lo acompañan.

Los gestores de la Red de Turismo Pesquero de España no garantizan la inexistencia de interrupciones o errores en el acceso al Sitio Web, en su contenido, ni que éste se encuentre actualizado, aunque desarrollará sus mejores esfuerzos para, en su caso, evitarlos, subsanarlos o actualizarlos.

Propiedad intelectual y condiciones de utilización y acceso al Sitio Web

Los servicios ofrecidos en el Sitio Web son, en principio, y salvo que se indique lo contrario, de carácter gratuito para de los miembros de la Red. El acceso a los servicios suministrados a través del Sitio Web no requiere, con carácter general, la previa suscripción o registro de los Usuarios, sin perjuicio, de que para acceder a determinados servicios y, en concreto a incluir las actividades

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

de cada socio de la Red, sí se exija cumplimentar previamente el correspondiente registro de Usuario o miembro de la Red, una vez que se haya comprometido a cumplir con unos requisitos obligatorios, que se establecen en el “Manual para la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España”.

El Usuario o miembro de la Red garantiza la veracidad y autenticidad de la información comunicada como consecuencia de la suscripción de aquellos servicios que exijan el Registro de Usuario y se obliga asimismo a mantener esta información actualizada. En todo caso el Usuario será el único responsable de las manifestaciones falsas o inexactas que realice y de los perjuicios que cause a La Red de Turismo Pesquero de España o a terceros por la información que facilite.

El Usuario se compromete a utilizar los contenidos y servicios disponibles en la página de conformidad con las presentes Condiciones Generales y las Condiciones Particulares que se establezcan para determinados servicios, así como de acuerdo a lo señalado en la Ley, la moral y las buenas costumbres y el orden público.

El Usuario se compromete a respetar los derechos de propiedad intelectual e industrial de la Red de Turismo Pesquero de España y/o de terceros, y a tales efectos se abstendrá de reproducir, copiar, distribuir, poner a disposición o de cualquier otra forma comunicar públicamente, transformar o modificar los contenidos, a menos que se cuente con la autorización del titular de los correspondientes derechos o ello resulte legalmente permitido.

El Usuario o miembro de la Red no podrá utilizar los datos obtenidos de la página Web para realizar comunicaciones electrónicas, publicitarias, promocionales o comerciales, no consentidas previamente por los propios afectados.

Para hacer uso de los Servicios los menores de edad deben obtener previamente permiso de sus padres, tutores o representantes legales, quienes serán considerados responsables de todos los actos realizados por los menores a su cargo. La plena responsabilidad en la determinación de los concretos contenidos y servicios a los que acceden los menores de edad corresponde a los mayores a cuyo cargo se encuentran. Como Internet hace posible el acceso a contenidos que pueden no ser apropiados para menores, se informa a los Usuarios o miembros de la Red de que existen mecanismos, en particular programas informáticos de filtro y bloqueo, que permiten limitar los contenidos disponibles y, aunque no resultan infalibles, son de especial utilidad para controlar y restringir los materiales a los que pueden acceder los menores.

Derechos que los miembros de la Red otorgan a los gestores de la Red de Turismo Pequero de España

Al cargar o publicar un archivo en el Sitio Web www.turismo pesquero.es los miembros de la Red estarán otorgando a favor de los gestores y miembros fundadores de la Web una licencia mundial, no exclusiva, exenta de royalties, transferible (con derecho de sublicencia) para utilizar, reproducir, distribuir, realizar trabajos derivados de, mostrar y ejecutar los archivos e información en relación con la prestación de servicios, información de las actividades y con el funcionamiento de la página web, incluyendo sin limitación alguna a efectos de promoción y redistribución de la totalidad o de una parte de la página Web (y de sus trabajos derivados) en cualquier formato y a

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

través de cualquier canal de comunicación, así como para utilizar, reproducir, distribuir, realizar trabajos derivados de, mostrar y ejecutar dichas actividades de los miembros de la Red en la medida de lo permitido por la funcionalidad de la página Web y con arreglo a los presentes Términos y Condiciones.

Obligaciones de uso correcto de la página Web, sus servicios y sus contenidos

Los miembros de la Red se comprometen a utilizar la página Web y los servicios de conformidad con la ley, las presentes Condiciones de Uso, las Condiciones Particulares de ciertos servicios y demás avisos, reglamentos de uso e instrucciones puestos en su conocimiento, así como con la moral y las buenas costumbres generalmente aceptadas y el orden público. A tal efecto, los miembros de la Red se abstendrá de utilizar cualquiera de los servicios con fines o efectos ilícitos, prohibidos en las presentes Condiciones de Uso, lesivos de los derechos e intereses de terceros, o que de cualquier forma puedan dañar, inutilizar, sobrecargar o impedir la normal utilización de los servicios, los equipos informáticos o los documentos, archivos y toda clase de contenidos almacenados en cualquier equipo informático de la Red de Turismo Pesquero de España o de otros usuarios de Internet (hardware y software). En particular, y a título meramente indicativo y no exhaustivo, los miembros de la Red se comprometen a no transmitir, difundir o poner a disposición de terceras informaciones, datos, contenidos, archivos de sonido y/o imagen, software y, en general, cualquier clase de material que:

- De cualquier forma, sea contrario, menosprecie o atente contra los derechos fundamentales y las libertades públicas reconocidas constitucionalmente, en los Tratados internacionales y en el resto de la legislación.
- Induzca, incite o promueva actuaciones delictivas, denigratorias, difamatorias, o, en general, contrarias a la ley, a la moral y buenas costumbres generalmente aceptadas o al orden público; o actuaciones, actitudes o pensamientos discriminatorios por razón de sexo, raza, religión, creencias, edad o condición.
- Sea falso, ambiguo, inexacto, exagerado o extemporáneo, de forma que induzca o pueda inducir a error sobre su objeto o sobre las intenciones o propósitos del comunicante.
- Se encuentre protegido por cualesquiera derechos de propiedad intelectual o industrial pertenecientes a terceros, sin que el miembro de la Red haya obtenido previamente de sus titulares la autorización necesaria para llevar a cabo el uso que efectúa o pretende efectuar.
- De cualquier manera, menoscabe el crédito de la Red de Turismo Pesquero y, en concreto de sus gestores iniciales y miembros fundadores, o de terceros.
- Constituya, en su caso, publicidad ilícita, engañosa o desleal y, en general, que constituya competencia desleal.
- Provoque por sus características dificultades en el normal funcionamiento del servicio.
- Asimismo los miembros de la Red se comprometen a facilitar los contenidos puestos a disposición en la página Web, entendiendo por estos, sin que esta enumeración tenga carácter

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

limitativo, los textos, fotografías, gráficos, imágenes, iconos, tecnología, software, links y demás contenidos audiovisuales o sonoros, así como su diseño gráfico y códigos fuente (en adelante, los "Contenidos"), de conformidad con la ley, las presentes Condiciones de Uso, las Condiciones Particulares de ciertos Servicios y demás avisos, reglamentos de uso e instrucciones puestos en su conocimiento, así como con la moral y las buenas costumbres generalmente aceptadas y el orden público.

Los gestores y miembros fundadores de la Red supervisarán que los Archivos de los miembros de la Red publicados en la página Web cumplen con las presentes Condiciones de Uso, reservándose el derecho a eliminar cualquier Archivo e información de los miembros de la Red.

Utilización que de la página Web hagan los miembros de la Red

Los gestores y miembros fundadores de la Red no tienen la obligación y no pueden controlar la utilización que de la página web, de sus servicios y de sus contenidos hacen los usuarios. Concretamente los gestores y miembros fundadores de la Red no garantizan que el resto de los miembros de la Red utilicen aquéllos de conformidad con las presentes Condiciones de Uso, y, en su caso, con las Condiciones Particulares, avisos, reglamentos de uso e instrucciones que resulten de página Web, ni que lo hagan de forma lícita y apropiada, y excluye cualquier responsabilidad por los daños o perjuicios de cualquier naturaleza que pudieran deberse a la ilícita, incorrecta, inapropiada o inadecuada utilización que los miembros de la Red realicen de la página Web, de sus servicios o de sus contenidos.

Asimismo, los gestores y miembros fundadores de la Red no garantizan la privacidad y seguridad de la utilización de la página Web y, en particular no garantiza que terceros no autorizados no puedan tener conocimiento de la clase, condiciones, características y circunstancias del uso que el resto de miembros de la Red hacen de la página Web, por lo que no será responsables por los daños y perjuicios de toda naturaleza que pudieran ocasionar estos accesos no autorizados.

Si algunas de estas condiciones se declarasen ilegal, inválida o inaplicable en razón de alguna ley del Estado en el que estas condiciones habrán de aplicarse, éstas serán tenidas por no puestas (en la medida y en la jurisdicción en que tales condiciones resultaren ilegales, inválidas o inaplicables), no obstante, lo cual los restantes términos y condiciones conservarán su plena vigencia y su carácter vinculante y exigible.

Para todas las páginas de este sitio Copyright © 2024. Red de Turismo Pesquero de España cualquier duda o comentario sobre el contenido de este servidor debe dirigirse a los gestores y miembros fundadores de la Red. Esta licencia de uso se rige por las leyes españolas independientemente del entorno legal del usuario. Cualquier disputa que pueda surgir en la interpretación de este acuerdo se resolverá en los tribunales españoles.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Protección de datos personales

- Los datos recabados a través de los formularios de recogida de datos del Portal serán tratados por la Red de Turismo Pesquero de España de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento general de Protección de Datos. Dichos datos serán incorporados a los ficheros correspondientes de la Red de Turismo Pesquero de España y se tratarán de manera lícita, leal y transparente en relación con el interesado. Los datos recogidos por la Red de Turismo Pesquero de España se utilizarán con la finalidad de gestionar las relaciones comerciales y de negocio con sus clientes y demás interesados y no serán tratados de manera incompatible con dichos fines. Se tratarán únicamente los datos que sean adecuados, pertinentes y limitados a lo necesario en relación con los fines para los que son tratados. Los datos serán conservados únicamente durante el tiempo necesario para los fines del tratamiento.

- El Usuario tiene derecho a obtener confirmación sobre si en la Red de Turismo Pesquero de España estamos tratando datos personales que les conciernan, o no. Los usuarios tienen derecho a acceder a sus datos personales, así como a solicitar la rectificación de los datos inexactos o, en su caso, solicitar su supresión cuando, entre otros motivos, los datos ya no sean necesarios para los fines que fueron recogidos. En determinadas circunstancias, los usuarios podrán solicitar la limitación del tratamiento de sus datos, en cuyo caso únicamente los conservaremos para el ejercicio o la defensa de reclamaciones. En determinadas circunstancias y por motivos relacionados con su situación particular, los interesados podrán oponerse al tratamiento de sus datos. En ese supuesto la Red de Turismo Pesquero de España dejará de tratar los datos, salvo por motivos legítimos imperiosos, o el ejercicio o la defensa de posibles reclamaciones. Para el ejercicio de sus derechos el titular de los datos deberá enviar un correo electrónico a la dirección info@turismopesquero.es concretando su solicitud que deberá contener los siguientes datos: nombre y apellidos del usuario, domicilio a efectos de notificaciones, copia del Documento Nacional de Identidad o Pasaporte, y petición en que se concreta la solicitud. En el caso de representación, deberá probarse la misma mediante documento fehaciente.

- El tratamiento de datos garantiza la seguridad adecuada de los mismos, incluida la protección contra el tratamiento no autorizado o ilícito y contra su pérdida, destrucción o daño accidental, mediante la aplicación de medidas técnicas u organizativas apropiadas.

- Los currículos y demandas de empleo que se reciban a través de los formularios, direcciones de correo electrónico o enlaces de esta página serán tratados por la Red de Turismo Pesquero de España conforme a lo dispuesto en el apartado anterior, y podrán ser utilizados en los procesos de selección de personal de la Red de Turismo Pesquero de España, en el caso de que se diera esta circunstancia.

- La Red de Turismo Pesquero de España, considera que los niños merecen una protección específica de sus datos personales, ya que pueden ser menos conscientes de los riesgos, consecuencias, garantías y derechos concernientes al tratamiento de datos personales. Dicha protección específica debe aplicarse, en particular, a la utilización de datos personales de niños con fines de mercadotecnia o elaboración de perfiles de personalidad o de usuario, y a la obtención de datos personales relativos a niños cuando se utilicen servicios ofrecidos

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

directamente a un niño. la Red de Turismo Pesquero de España cumple la Convención de 20 de noviembre de 1989 sobre los Derechos del Niño, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, y la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, aprobada por el Parlamento español, así como la legislación similar promulgada en otros países para proteger a los menores de edad.

Aviso legal

Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio, sin autorización expresa por escrito. Se permite el uso personal de los textos, datos e informaciones contenidos en estas páginas. Se exige, sin embargo, permiso de los gestores y miembros fundadores de la Red, para publicarlas en cualquier soporte o para utilizarlas, distribuir las o incluirlas en otros contextos accesibles a terceras personas

La adhesión a la Red de Turismo Pesquero de España, que será voluntaria, se realizará mediante la fórmula de una declaración responsable de que se cumple con los criterios para formar parte de la misma, aunque en cualquier momento podrá verificarse que se cumple con los requisitos por parte de los gestores y miembros fundadores de la Red, a los que se les deberá facilitar toda la documentación que soliciten. La pertenencia a la Red conlleva adquirir una serie de obligaciones que se establecen en el “Manual para la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España” y se complementan con las “Condiciones de Uso” que figuran en esta Web.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.7.2- Declaración responsable

D./D^a _____ con DNI _____

en nombre y representación de _____ con domicilio social en
_____ y DNI/NIF _____

DECLARO:

- a) Que se cumplirá con todo lo establecido en el Manual de la Red de Turismo Pesquero, que se adjunta o se puede descargar de la Web en la documentación para formalizar la inscripción.
- b) Que los datos aportados para la inscripción en la Red referidos especialmente al cumplimiento y verificación de los requisitos para cada categoría para formar parte de la misma son ciertos.
- c) Que se informará de los cambios que se puedan producir en las actividades, productos y servicios por los que se forma parte de esta Red y, especialmente, figuran en la plataforma Web, comprometiéndose a actualizarlos en caso de que fuera necesario.
- d) Que se ceden para el uso de la Red, y, en especial, para la plataforma Web y sus Redes Sociales vinculadas, el material fotográfico y audiovisual que proporcione durante el tiempo que forma parte de la Red, así como la duración de dicho proyecto piloto. Además, que son los propietarios de dicho material para su uso.
- e) Que se cumple con todos los documentos aportados para la inscripción en la Red y que la información aportada es veraz.
- f) Que se cumplen con las Condiciones de Uso establecidas en la Web de la Red, que figuran en el Manual de la Red para que su actividad, producto o servicio estén incluidas en la misma.
- g) Que se cumple con toda la normativa y legislación vigente, así como autorizaciones y licencias.
- h) Que la pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España tiene carácter voluntario y no hay obligación de permanencia.

En _____, a _____ de _____ de _____.

Firma del titular o representante

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.8.- Financiación de la Red de Turismo Pesquero

La constitución, la creación de marca, la realización de los manuales de gestión, el cumplimiento de los requisitos de pertenencia, las estrategias de marketing promocional, creación de redes sociales, publicaciones, la puesta en marcha del Club de Producto y su plataforma Web, así como la captación de socios son algunos de los gastos a los que hay que hacer frente a la hora de comenzar la actividad de la Red de Turismo Pesquero de España. La estructura económica debe garantizar la viabilidad de la Red y su operatividad, pero sobre todo debe establecerse una estructura que garantice su mantenimiento, actualización y continua expansión a medio y largo plazo.

La estructura económica-financiera de la Red de Turismo Pesquero deberá contemplar a nivel general las partidas de: captación de socios, plataforma Web, comercialización, comunicación y promoción, formación, calidad de los productos/servicios ofrecidos y gastos de gestión y gastos corrientes.

Esta estructura económica-financiera será definida inicialmente por los socios fundadores de la Red de Turismo Pesquero, que son los promotores de la iniciativa para realizar el plan piloto y que cuentan para ello con un presupuesto de 534.879 euros, procedentes del programa de recuperación de la Unión Europea “Next Generation”, dentro de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo.

No obstante, una vez concluida esta primera fase de creación y puesta en marcha de la Red serán el Comité Nacional y los Comités Locales los responsables de modificar, cambiar, actualizar o mantener esta estructura económica-financiera diseñada inicialmente por los promotores de la iniciativa.

Por esta razón, una vez creada la Red serán dichos comités los responsables de definir y responsabilizarse, principalmente, de los costes derivados de impulsar, expandir, comercializar, promocionar y mantener la Red.

Lo aconsejable sería que la dirección de la gestión fuera ejercida en un futuro por las administraciones públicas (ministerios, comunidades autónomas, diputaciones y ayuntamientos), tanto a lo que se refiere al Comité Nacional como a los comités locales, así como el peso de la

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

financiación para hacer frente a los costes expuestos anteriormente debería ser pública, ya sea mediante partidas procedentes de sus propios presupuestos o de los diferentes programas de la Unión Europea, como pueden ser los fondos FEMPA, que tienen como una de sus prioridades la diversificación pesquera y acuícola.

En menor medida también pueden contribuir a esta financiación las organizaciones pesqueras, cofradías y GALPA, ya que son todos estos organismos citados los encargados de liderar la Red y seguir dando continuidad a la iniciativa.

De esta manera se podrá optar por una financiación tanto europea como nacional, autonómica o local para impulsar, expandir, comercializar, promocionar y mantener la Red de Turismo Pesquero de España.

Corresponderá, una vez constituidos, al Comité Nacional en su ámbito de actuación y a los comités locales en sus respectivos territorios establecer los porcentajes de participación en la financiación de cada uno de los organismos implicados.

Una última vía de financiación es a través de cuotas de adhesión y de mantenimiento y que correspondería a los propios miembros de la Red, que son, en realidad, los beneficiarios finales de la iniciativa, puesto que su presencia en la plataforma Web, la repercusión de la misma, y la posibilidad de darse a conocer en los mercados internacionales supondrá una importante mejora en sus respectivas cuentas de resultados. De todas formas, si se optará por esta fórmula, sería aconsejable contar un porcentaje procedente de financiación pública,

De todas formas, esta financiación privada no debería suponer que estas inversiones impliquen, a su vez, la coordinación de la Red, ya que la iniciativa no debería perder su carácter intrínseco de ser un proyecto de interés público.

Esta financiación privada y una vez creada y puesta en marcha la Red puede establecerse en dos etapas diferenciadas. Una primera fase correspondería a un pago de entrada por ser miembro del Club con presencia en la plataforma Web y los beneficios que ello conlleva, que se completaría posteriormente con cuotas anuales. También pueden establecerse mecanismos de gratuidad y que el pago esté vinculado a aquellos que quieran mejorar el posicionamiento en la plataforma Web.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

No obstante, desde este estudio apostamos porque no se establezca ningún tipo de cuota de entrada, puesto que el objetivo inicial es captar el mayor número de socios que formen la Red, con la finalidad de aglutinar toda la oferta existente dentro de una misma iniciativa, que es lo que en definitiva conducirá al éxito de la Red de Turismo Pesquero de España.

Por esta razón, el establecimiento del pago de una cuota de entrada puede convertirse en una barrera que impida la incorporación de nuevos socios, que desconocerían a efectos prácticos los beneficios que les reportará formar parte de la Red y su presencia en la plataforma Web.

Una vez sean perceptibles los beneficios que reportan a los propios miembros de la Red su pertenencia a la misma será el momento de establecer una cuota anual destinada a los gastos de funcionamiento y mantenimiento de la misma.

Tampoco somos partidarios desde este estudio de establecer pagos individuales de los socios vinculados a mejorar el posicionamiento de ellos en la plataforma Web, ya que pretendemos establecer unos mecanismos en los que el posicionamiento sea el principal incentivo para que los que los miembros de la Red avancen en la aplicación de criterios de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+, tal como desarrollaremos más ampliamente en los parámetros que se emplearán como requisitos para la pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.

Por último, hay que tener en cuenta a la hora de decidir el modelo de financiación que la mayoría de los socios de la Red serán pescadores individuales, asociaciones de mariscadoras o cofradías de pescadores y rechazarán de plano pagar por el mantenimiento económico de la Red, lo que impedirá el desarrollo real de la misma y la abocará al fracaso. No se puede obviar las singularidades de quienes formarán este Club de Producto en cuanto a la financiación, a diferencia de lo que ocurre con otras asociaciones similares formadas por medianas o grandes empresas y/o entidades públicas.

De todas formas, será el Comité Nacional y los distintos comités locales los que establezcan los mecanismos concretos de cómo debe establecerse esta financiación privada, una vez creada, constituida y puesta en marcha la Red de Turismo Pesquero de España.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

El modelo de gestión planteado en primera instancia, tal como se ha expuesto anteriormente, será liderado, por tanto, por los propios socios fundadores de la Red, aunque en el camino puedan incorporarse nuevos socios de naturaleza pública y/o privada. En este sentido, hay que partir de la premisa de que los socios fundadores de la Red de Turismo Pesquero de España quieren seguir manteniendo e impulsando la Red creada, de cara a que pueda ser consolidada y ampliada con más empresas e instituciones.

Por tanto, para la gestión futura de la Red, una vez finalice el proyecto aprobado (junio 2025), se plantea el desarrollo de 2 Hitos que se ejecutarán secuencialmente:

- En el corto plazo, se firmaría un acuerdo/convenio de colaboración en el mes de mayo (coincidiendo con el Foro de Turismo Mariner), al menos entre aquellos socios fundadores que lo deseen y de manera voluntaria, y si es posible con el Ministerio de Turismo, para la gestión y seguimiento de la Red de Turismo Pesquero de España. Algunas características de este convenio serán:

- ❖ Las actividades mínimas que se tendrán que realizar por la Red son:

1. Mantenimiento de la Web y las RRSS
2. Altas y bajas de socios (entidades adheridas)
3. Definir y desarrollar un Plan de Promoción de la Red (en colaboración con entidades terceras)
4. Establecer líneas de colaboración con entidades terceras para la ampliación y promoción de la Red (Ministerio de Turismo, Turespaña, Ministerio de Pesca, Diputaciones Provinciales, Gobiernos Regionales, GALPA, etc.)
5. Reuniones de seguimiento y evaluación de la Red
6. Valoración, análisis y preparación de la futura Asociación de Turismo Pesquero de España.

- ❖ Los miembros firmantes del acuerdo/convenio serían:

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

1. Aquellos socios fundadores que lo deseen y de manera voluntaria.
2. Otras entidades, a falta de plantearles esta posibilidad: Ministerio de Turismo (Secretaría de Estado de Turismo); Ministerio de Agricultura y Pesca (Secretaría General de Pesca) o Turespaña; u otras instituciones y empresas que se adhieran.
- ❖ En el Convenio/Acuerdo se detallaría la estructura de gestión, planteándose la creación de un Comité Nacional de Gestión del Club, compuesto por:
 1. Presidente: a definir (rotario cada año)
 2. Vicepresidente: a definir (rotario cada año)
 3. Junta Directiva (o Comité de Dirección): compuesto por socios fundadores que se adhieran a ese acuerdo/convenio (junto a otras entidades). Se analizará que en esta Junta o Comité de Dirección haya un representante de cada uno de los tipos de actividad del turismo pesquero.
 4. Equipo técnico: por definir (rotatorio)
 5. Foro de participación del Club/Red (a modo de asamblea), en el que se de participación a todos los socios de la Red.

El citado acuerdo/convenio, definirá la forma de elección, las funciones, etc. del Comité Nacional.

- ❖ La financiación para la gestión del Club a través del Convenio se determinará cuando se concrete los detalles del convenio/acuerdo, determinándose a priori las siguientes alternativas:
 1. Sin financiación: los costes de funcionamiento del Comité Nacional de Gestión serían asumidos por las entidades participantes, utilizando recursos propios. La actividad del Club sería mínima, hasta que no se encuentren fuentes de financiación externas.
 2. Con financiación para acciones de Promoción de entidades externas (como por ejemplo, Turespaña). Esta financiación podría ayudar a cubrir parcialmente los costes de funcionamiento del Comité.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

3. Con financiación de otras entidades a través de proyectos subvencionados (GALPA, Cooperación Territorial ...). Esta financiación podría ayudar a cubrir parcialmente los costes de funcionamiento del Comité, aunque no se obtendría en el corto plazo.

- B. En el medio plazo, se plantea la creación de una Asociación de Turismo Pesquero de España, de naturaleza pública-privada, que se encargue de la gestión y seguimiento del Club, como continuación del Acuerdo/Convenio firmado. Se trata de crear una persona jurídica, tal como tienen todos los Clubs de Producto que el Ministerio de Turismo apoya en la actualidad (Rutas del Vino de España, Club de Ecoturismo de España, Club de Castillos y Palacios Turísticos de España, Saborea España, etc.).

La existencia de una Asociación de Turismo Pesquero de España permitirá:

- ❖ Canalizar las ayudas y subvenciones nominales que el Ministerio periódicamente aporta a los Clubs de ámbito nacional.
- ❖ Optar a otros tipos de ayudas en concurrencia competitiva
- ❖ Generar una estructura de ingresos más allá de las ayudas (cuotas, comercialización de productos, ...)
- ❖ Etc.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.9.- Derechos y obligaciones de los socios de la Red

La calificación de miembro o socio del Club de Producto y por consiguiente de la Red de Turismo Pesquero de España y su derecho a estar incluido en la plataforma Web la podrán obtener todo tipo de empresas, organizaciones y actividades vinculadas, en el sentido más amplio del término, al turismo pesquero y mariner, y especialmente los y las profesionales del sector pesquero y acuícola, siempre que cumplan con los parámetros establecidos para formar parte del mismo, dentro de cada una de las categorías establecidas.

La adhesión a la Red de Turismo Pesquero de España, que será voluntaria y no tendrá carácter de permanencia, se realizará mediante la fórmula de una declaración responsable de que se cumplen con los criterios para formar parte de la misma, aunque en cualquier momento podrán verificarse que se cumplen con los requisitos por parte del equipo técnico de la Red, al que se le deberá facilitar toda la documentación que solicite.

La pertenencia al Club de Producto conlleva adquirir una serie de obligaciones que se establecen en este Manual para la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España, pero también una serie de ventajas que les reportarán importantes beneficios, como son no solo el poder formar parte de la plataforma Web y las diferentes acciones promocionales que se realicen, lo que ahorrará costes de comercialización y mayores ingresos, sino que también permitirá reforzar la imagen de los productos y servicios que ofrezcan individualmente cada una de las empresas, organizaciones y actividades vinculadas a la Red de manera colectiva, al garantizar la pertenencia a la misma unos criterios homogéneos de calidad, así como aprovechar las sinergias que se puedan crear entre sus miembros, entre otras muchas ventajas.

Aquellas empresas, organizaciones y actividades que quieran formar parte de la Red de Turismo Pesquero de España deberán cumplir con unos requisitos obligatorios y otros complementarios una vez finalizado este plan piloto, que se utilizarán para obtener determinadas ventajas, como puede ser un mejor posicionamiento en la plataforma Web, y que tienen como finalidad avanzar en la aplicación de criterios de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+ y en la continua mejora y actualización de los productos y servicios que se ofrezcan.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Siguiendo los criterios establecidos en las “Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero” se establecerán dos categorías diferenciadas entre candidatos y socios:

- 1. Candidatos:** todos aquellos que quieran pertenecer al Club de Producto y por consiguiente a la Red en su conjunto, pero no reúnen el porcentaje mínimo de cumplimiento de requisitos para poder formar parte de la misma. Dispondrán de un plazo determinado para solventar las deficiencias o incorporar los elementos necesarios para el cumplimiento de los criterios de entrada obligatorios fijados para cada una de las categorías. Dentro de esta tipología también se incluyen aquellos socios que hayan perdido su condición de tales, debido al incumplimiento de los criterios establecidos, a juicio del equipo técnico.
- 2. Socios:** miembros que cumplen con los criterios mínimos establecidos para adquirir tal denominación. Tanto los candidatos como los socios podrán obtener una serie de beneficios de su pertenencia o vinculación a la Red de Turismo Pesquero.

❖ **Ventajas de ser miembro de la Red de Turismo Pesquero de España**

La pertenencia como socio al Club de Producto y a la plataforma Web asociada, es decir ser miembro de la Red de Turismo Pequero de España, en su conjunto, supone obtener y poder disfrutar de una serie de beneficios:

- Promoción y comercialización conjunta a través de la plataforma Web y de las iniciativas que realice la Red globalmente tanto a nivel internacional, nacional o local.
- Aumentar los clientes potenciales y de forma especial poder llegar también a los mercados internacionales a través de la plataforma Web, que estará en inglés, francés y alemán.
- Reconocimiento como actividad, producto, servicio o destino de turismo pesquero o acuícola.
- Garantía de calidad de los productos, actividades y servicios que se ofrecen al turista por el hecho de pertenecer a una oferta turística organizada y seleccionada en base al cumplimiento de unos requisitos.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Creación de sinergias entre los miembros de la Red en el desarrollo de productos, nuevos servicios y experiencias del mercado del turismo pesquero y acuícola en el marco de la economía colaborativa.
- Acceso a la imagen propia y diferencia de la Red de Turismo Pesquero de España y uso de los diferentes medios y soportes que se establezcan para su promoción.
- Creación de espacios para conectar la iniciativa privada y las distintas administraciones nacionales y locales.
- Intercambio de experiencias entre los propios socios de la Red, ya sea por su pertenencia a la misma, como a través de los distintos foros y encuentros que se puedan establecer.
- Garantía de que las experiencias turísticas que se ofrezcan por medio de la Red son productos y servicios auténticos vinculados a la cultura pesquera y marinera al cumplir con los parámetros establecidos en cada una de las categorías.
- La garantía de que las experiencias que ofrece la Red tienen lugar en emplazamientos singulares, con gran riqueza cultural, paisajística y patrimonial.
- La garantía de que los productos, servicios y actividades ofrecidas en el marco de la Red se ajustan a criterios de sostenibilidad y respeto medioambiental en los emplazamientos en los que se desarrollan.
- Revisión y actualización del cumplimiento de los requisitos de los socios de la Red, garantizando la calidad permanente de los productos y/o servicios que se ofrecen.
- Favorecer la desestacionalización de la demanda al ofrecer un abanico muy amplio de experiencias que en muchas ocasiones se realizan durante todo el año.
- Formar parte de una Red que promociona y comercializa un producto innovador y con gran potencial de desarrollo como es el turismo pesquero y acuícola.
- Posibilidad de diversificar actividades dentro de los diferentes modelos que forman parte de la Red.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Mayor capacidad de reacción ante los cambios de los mercados y, en concreto, de los demandantes de estos productos, actividades y servicios, al poder beneficiarse los socios de la experiencia de la propia Red.

En definitiva, la pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España conlleva múltiples beneficios para todos los miembros de la misma, para los turistas, así como para las zonas donde se localizan los productos, actividades y servicios que se ofrecen de manera conjunta, a través de la plataforma Web.

Los turistas podrán encontrar en los productos, actividades y servicios que se ofrecen a través de la plataforma Web, una gama muy amplia de alternativas de consumo, asegurándoles que no solo satisfacen sus necesidades, sino que también les garantiza el cumplimiento de unos estándares de calidad y, en definitiva, una mayor confianza en oferta incluida en la Red.

La pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España ofrece mayores oportunidades de empleo especialmente en dos campos prioritarios como es el relevo generacional en el sector de la pesca y la acuicultura, así como en la mayor incorporación de la mujer, con papeles de mayor protagonismo e igualdad, al abrirse nuevas oportunidades de negocio.

La Red de Turismo Pesquero de España, que se engloba en el marco del crecimiento de la economía azul, también implica un desarrollo para las zonas donde está implantada, así como prosperidad económica, incremento del bienestar de los habitantes de sus localidades, desarrollo de las infraestructuras y comunicaciones, aumento de la demanda de otros productos y/o servicios no pertenecientes Red, promoción de la imagen de destino donde se localizan y mejora de la sostenibilidad.

La última consecuencia, y por consiguiente la más importante para los integrantes de la Red, es que les supondrá mayores oportunidades de penetración y posicionamiento en el mercado internacional, nacional y local, con el consiguiente aumento de los ingresos, menores costes derivados de la promoción, ya que podrán beneficiarse de las acciones conjuntas, mejor previsión de la demanda y la competitividad, así como un impulso de su imagen comercial.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

❖ Obligaciones de los miembros de la Red de Turismo Pesquero

La pertenencia al Club de Producto y en definitiva a todos los servicios y plataforma Web que ofrecen, en conjunto, la Red de Turismo Pesquero de España establece una serie de obligaciones para todos sus miembros, que están abiertas a posteriores actualizaciones aprobadas por el Comité Nacional y los comités locales, una vez haya concluido esta fase inicial de puesta en marcha y creación de la misma. Las obligaciones serán:

- Cumplir con los requisitos establecidos para pertenecer y mantenerse en la Red de Turismo Pesquero de España.
- Asumir las evaluaciones que los órganos de dirección y gestión determinen para asegurar el cumplimiento de los requisitos establecidos.
- Facilitar al equipo técnico la información y documentación que les sea requerida, cumpliendo en tiempo y forma.
- Mantener la imagen de calidad y garantía, haciendo buen uso de la marca que representa la Red.
- Mostrar que se pertenece a la Red de Turismo Pesquero, situando en zonas visibles o página web el distintivo de la misma.
- Abonar las cuotas en el caso que se establezcan.
- Participar en los planes de formación que la dirección de la Red establezca como obligatorios.
- Designar un responsable que sea interlocutor válido ante los órganos de dirección y gestión de la Red.
- Comunicar cualquier cambio que se produzca que pueda afectar a los productos, servicios y actividades que ofrece la Red, así como cualquier incidencia que suponga un incumplimiento de los parámetros y criterios que dieron lugar a la adhesión a la misma.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

2.10.- Formación

La formación continua es uno de los pilares de actuación y objetivos prioritarios de la Red de Turismo Pesquero de España. Los miembros de la Red tienen la obligación, con carácter general, de conocer bien su funcionamiento y sobre todo qué significa pertenecer a la misma.

Independientemente de este principio general, se establecerán toda una serie de guías formativas, que serán públicas, para que puedan beneficiarse no solo los miembros de la Red, sino también cualquier otro interesado, respondiendo al criterio de interés general sobre el que se basa este proyecto.

Además, una vez finalizada la fase de creación y constitución de la Red de Turismo Pesquero de España, se establecerán actuaciones concretas de formación que serán fijadas por los diferentes órganos de dirección y gestión, con el fin de aumentar la competitividad de los miembros y garantizar la calidad de los productos, actividades y servicios que se ofrecen en las distintas categorías.

No obstante, el equipo técnico de la Red será el encargado de informar a los posibles socios y candidatos de cualquier cuestión que se suscite.

Este estudio siguiendo las directrices marcadas en las “Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero” plantea dividir la formación teórico-práctica en dos partes:

- ❖ **Formación general sobre el Club de Producto de Turismo Pesquero, plataforma Web y la Red en su conjunto:**

Esta formación estaría orientada a promover un mayor conocimiento sobre las posibilidades de diversificación que ofrece el sector pesquero y acuícola y los recursos disponibles, el acceso a las diferentes líneas de ayudas, así como la difusión de la cualificación profesional de pesca turismo y turismo marino (certificado de profesionalidad de nivel 2), que ya está aprobada y publicada en el BOE.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Con esta formación se aportaría una visión generalizada del sector pesquero y acuícola, sus características, posibilidades de transformación y mejora de sus actividades para obtener una mayor rentabilidad de sus oficios, así como información sobre las actividades que engloba la Red, el territorio que abarca, quiénes la integran o pueden integrarla, los pasos a seguir para ser socio, los beneficios y obligaciones de serlo, los productos y servicios que pueden ofrecer como miembro del Red, etc.

❖ **Formación específica de las actividades que van a desarrollar los miembros de la Red**

Esta formación estará dirigida a informar sobre el grado de cumplimiento tanto de los requisitos obligatorios como en un futuro de los complementarios. Con ello se prestaría apoyo, pautas y recomendaciones a los potenciales miembros para focalizar sus esfuerzos en el cumplimiento de los requisitos para formar parte de la Red.

Con esta formación inicial se pretende que todos los miembros del Club de Producto conozcan lo que la Red de Turismo Pesquero puede ofrecerles y qué clase de actividades pueden realizar y ofertar a los clientes a través de las diferentes categorías de la plataforma Web. La imagen que se transmita de la Red a cada uno de los candidatos y socios conforma la percepción que se llevará el cliente, por lo que dicha información es esencial para que cualquier experiencia sea satisfactoria, ya que es lo que se trasladará a otros potenciales usuarios, influyéndoles en su decisión de demanda.

Por este motivo, es prioritario que las experiencias ofrecidas garanticen un nivel de calidad adecuado. En el caso de que los socios decidan ofertar una actividad diferente a la que hasta ese momento venían desarrollando, además de comunicarlo al equipo directivo y de gestión de la Red, podría recibir formación relativa a la nueva actividad, servicio o producto, e incluso ayuda para diseñar nuevas experiencias y categorías, que beneficien al conjunto de la Red.

Por todas estas razones, la divulgación formativa y la información serán la base que marque las directrices a seguir para que los futuros miembros puedan incorporarse eficazmente a la Red. Es fundamental que todas estas herramientas formativas que se ponen a disposición de los miembros de la Red sean trasladadas por cada uno de los socios a todo el personal que se encuentre trabajando en las actividades, servicios o productos que tienen presencia en la Red y especialmente a los que se relacionen directamente con los clientes.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Los socios deberán tener unos conocimientos básicos en materia de nuevas tecnologías (Internet, correo electrónico, redes sociales, etc.) ya que la comunicación, tanto con la Red como con el resto de los miembros, se producirá a través de esta vía. En el caso de que algunos de los candidatos a formar parte de la Red desconozcan algún aspecto relevante para poder continuar con el desarrollo de su actividad, se podría subsanar realizando la formación necesaria o solicitando información al equipo técnico.

El equipo de dirección y gestión de la Red de Turismo Pesquero de España, y una vez finalizada la creación y constitución de la misma, establecerá diferentes herramientas de formación para que sus miembros puedan adquirir nuevos conocimientos no solo en materias relacionadas con su actividad o producto para estar al día de las últimas novedades, sino también para ampliar sus competencias y aptitudes en aquellos aspectos que les puedan ser de mayor utilidad.

Toda esta oferta formativa y de información será pública y se ofrecerá en concreto a los miembros de la Red de tal forma que puedan conocer los cursos formativos y, en especial, en aquellos temas que se consideren de cierta relevancia y que aporten conocimientos complementarios para el desarrollo de las actividades, servicios y productos integradas en Red.

El equipo de dirección y gestión de la Red podrá informar a sus miembros, a través de las herramientas establecidas a tal efecto (e-mail, una pestaña en la plataforma Web con todo el material que se podrá descargar, boletín informativo, redes sociales o cualquier otro canal), de las novedades producidas, las experiencias desarrolladas por otros integrantes, así como cualquier otra información que pueda resultar de interés.

Estos canales también se emplearán para dar a conocer la oferta formativa y las guías existentes que se hayan generado durante la creación de la Red, la futura documentación que cree, los nuevos cursos de formación y toda aquella información que tenga como objetivo la diversificación de la actividad pesquera y acuícola encaminada al turismo y en la profundización de la economía azul y la digitalización, así como la aprobación de nuevas normativas que puedan afectar de algún modo a los miembros de la Red en sus diferentes categorías y, en especial, las distintas líneas de ayuda y financiación.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

❖ Las guías que se realizarán durante la fase de creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero son los siguientes:

- Manual de la Red de Turismo Pesquero de España
- Guía formativa sobre la actividad de pesca-turismo
- Guía formativa sobre la actividad de turismo marinerero en barco
- Guía formativa sobre la actividad de marisqueo a pie
- Guía formativa sobre las actividades, servicios o productos vinculados a las rutas marineras y pesqueras en tierra (lonjas, puertos, faros, barrios marineros...), y oficios del mar
- Guía formativa sobre las actividades socioculturales
- Guía formativa sobre las actividades de Acuiturismo
- Guía formativa sobre las actividades gastronómicas y restaurantes marineros
- Guía formativa sobre las actividades vinculadas a la comercialización de productos pesqueros y comercios marineros
- Guía formativa sobre protocolos de sostenibilidad
- Guía formativa sobre protocolos de digitalización
- Guía formativa sobre protocolos de igualdad de género y LGTBI+
- Guía formativa sobre protocolos de accesibilidad universal
- Guía formativa sobre un Código de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible
- Estudio sobre "Problemas y Soluciones para incorporar al sector pesquero y acuícola al turismo pesquero"

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



3.- Clasificación de actividades y requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero

La clasificación de actividades y requisitos obligatorios es la parte crucial para crear y poner en marcha la Red y por consiguiente el Club de Producto y la integración en la plataforma Web, que van íntimamente ligados entre sí.

La clasificación de las diferentes actividades sigue las pautas establecidas en el documento de “Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero”, tal como se establece en el proyecto que fue aprobado en el concurso “Experiencias Turismo España”.

No obstante, hemos tratado de actualizarlas incorporando el conocimiento adquirido estos años por los socios iniciales del proyecto para darle un carácter práctico y útil. Otro punto en el que hemos hecho especial incidencia a la hora de hacer la clasificación es que las actividades, productos y servicios que formen la Red estén directamente protagonizadas por los y las profesionales del sector pesquero y acuícola o tengan una vinculación directa con el turismo pesquero o marinerero, dejando al margen muchas otras experiencias englobadas en el turismo azul, pero que no encajarían en las condiciones descritas anteriormente. Además, con el fin de delimitar lo más posible las experiencias que pueden formar parte de la Red de Turismo Pesquero hemos utilizado los criterios de verificación de adhesión para cumplir tal objetivo.

En este sentido, existen empresas o agentes prestadores de servicios turísticos o culturales que realizan actividades muy ligadas al sector pesquero y acuícola y al medio costero, así como otras relacionadas con la gastronomía, la restauración, el hospedaje, etc. mediante las cuales persiguen poner en valor la cultura marinera y sus productos, tradiciones, lugares, oficios y gentes. Dichas experiencias, al ser ejercidas por profesionales del ámbito turístico o cultural y no por profesionales del sector pesquero no son consideradas actividades de “turismo pesquero o marinerero” propiamente, pero, al desarrollarse en paralelo a la actividad pesquera y acuícola y en el propio medio costero y a veces de interior, se considera que pueden y deben tener cabida dentro de la Red, siempre que repercutan directamente en beneficio del propio sector pesquero y acuícola y también representan un gran atractivo para los turistas.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

3.1.- Clasificación de Actividades de la Red de Turismo Pesquero

El abanico de experiencias relacionadas con el ámbito pesquero y acuícola, con su actividad, cultura, oficios, tradiciones comercialización, etc. y especialmente teniendo en cuenta los lugares en los que se pueden desarrollar dichas actividades es muy amplio. Por ello, se ha hecho una estructura basada en ocho grandes bloques, a su vez divididos en categorías, diferenciados entre actividades desarrolladas a bordo de embarcaciones y las efectuadas en tierra, así como las relacionadas con la acuicultura de interior, las ofertas de servicios socioculturales, comerciales, de hostelería y gastronomía.

1.- Turismo a bordo

- Pesca-turismo
- Turismo pesquero o marinero

2.- Turismo Pesquero o Marinero en tierra

- Marisqueo a pie
- Oficios del mar (talleres de rederas)
- Rutas marineras en tierra (visitas a Lonjas, barrios marineros, puertos pesqueros...)
- Actividades socioculturales (museos, exposiciones, faros...)
- Comercialización de productos pesqueros y acuícolas (salineras, conserveras, salazones...)
- Actividades gastronómicas (ferias, talleres...)

3.- Acuiturismo

4.- Comercios marineros

5.- Restaurantes marineros

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

6.- Alojamientos marinos

7.- Agencias especializadas y Clubes de Producto

En el cuadro de la clasificación de actividades, productos y servicios que pueden formar parte de la Red de Turismo Pesquero de España se realiza una descripción de las experiencias, en qué consisten, lo que se podría realizar, las diferentes sinergias que se pueden establecer entre ellas y quién puede desarrollarlas.

Sin embargo, pueden generarse nuevas experiencias en torno al sector pesquero y acuícola no contempladas hasta el momento y que pudieran tener cabida en la Red, una vez completada la fase de creación de la misma, que es el objetivo de este proyecto. Ante esta situación, será el Comité Nacional, una vez se constituya, el encargado de validarla, modificarla, incluir o excluir actividades, así como modificar los criterios y requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero.

Para poder llevar a efecto dichos cambios, el Comité Nacional deberá emitir una valoración sobre las modificaciones introducidas, determinando si esas nuevas experiencias reúnen las condiciones para formar parte de las actividades de la Red. En caso de que así fuera, se deberían establecer o adaptar los criterios oportunos de cumplimiento y verificación de los requisitos de adhesión, informando de ello a todo aquel socio que se viera afectado por dicha modificación.

No obstante, cualquier novedad o variación en las actividades iniciales y los requisitos a cumplir supondrá ponerlo en conocimiento de los integrantes de la Red y de los candidatos existentes, a través de los medios y herramientas que se estimaran para cada caso (correo electrónico, plataforma Web, etc.) y se efectuará la correspondiente modificación en el documento de “Clasificación de Actividades y Requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero”. Los socios que se vean afectados por esta situación deberán de disponer de un plazo de prórroga para adaptarse y cumplir con los nuevos requisitos o criterios.

Por último, a efectos de comercialización de las diferentes experiencias a través de la Web de la Red se modificarán algunos términos de la clasificación para que sean fácilmente entendibles para los consumidores finales a quienes nos dirigimos y, además, cumplan con unos requisitos mínimos de SEO, con el fin de facilitar su presencia en los buscadores de Internet.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|---|--|--|--|--|
| TURISMO PESQUERO O A BORDO: <i>PESCA-TURISMO</i> | Excursiones en barcos de pesca con pescadores profesionales durante su jornada de pesca habitual | <ul style="list-style-type: none"> Conocer, observar y participar en labores cotidianas de una jornada de pesca que no entrañen peligro. Conocer las especies de peces Conocer las artes de pesca, las partes de un barco, las maniobras de un barco... Conocer el medio en el que se realiza la actividad y los valores paisajísticos y medioambientales Conocer medidas de sostenibilidad y buenas prácticas pesqueras Posibilidad de degustar productos pescados durante la jornada y participar en su elaboración Conocer costumbres marineras, recetas tradicionales o aprender a limpiar un pescado | <ul style="list-style-type: none"> Esta experiencia puede complementarse con visitas al puerto pesquero, a la lonja y concluir las en un restaurante. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero en sus embarcaciones de pesca |
| TURISMO PESQUERO A BORDO: <i>TURISMO MARINERO</i> | Las excursiones de turismo marino en barco o turismo pesquero son aquellas que se realizan ya sea desde un pesquero fuera de la jornada habitual de pesca o desde otra embarcación turística siempre que el eje central sea el mundo de la pesca, el marisqueo o la acuicultura en el mar. | <p><i>Rutas pesqueras/marineras:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> El objetivo y el eje central es dar a conocer las costumbres, la cultura y la vida marinera Visitar los caladeros de pesca mientras los barcos faenan o sacan las redes, así como almadrabas Conocer el medio en el que se realiza la actividad de pesca y los valores paisajísticos y medioambientales Avistamiento de cetáceos y aves marinas siempre que no sea el eje central de la actividad Conocer medidas de sostenibilidad y | <ul style="list-style-type: none"> Estas experiencias pueden complementarse con visitas al puerto pesquero, a la lonja y concluir las en un restaurante o una degustación. También puede combinarse con la visita a un centro interpretativo o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero en sus embarcaciones de pesca siempre que estén habilitadas por su Comunidad Autónoma para realizar actividades de turismo marino o pesquero. Empresas y servicios turísticos Las excursiones para avistar cetáceos requieren autorización del Ministerio para la Transición Ecológica |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|--|---|--|--|--|
| | | <p>buenas prácticas pesqueras</p> <ul style="list-style-type: none"> Degustaciones de pescados o mariscos a bordo Demostraciones de pesca en los pesqueros habilitados para realizar esta actividad | | |
| | | <p><i>Rutas marisqueras y acuícolas en el mar:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Son todas aquellas actividades relacionadas con el ámbito del marisqueo a flote y con la acuicultura marina Visitar plataformas y parques de cultivo de especies, bateas, viveros flotantes, buceo en zonas de jaulas de crianza de peces o piscifactorías en el mar. Conocer actividades, especies y lugares de marisqueo y de acuicultura: procesos de cultivo, de crianza, construcción de bateas, peso y etiquetado del producto, preparación del producto para la subasta, etc Degustaciones de pescados o mariscos a bordo | <ul style="list-style-type: none"> Estas experiencias pueden complementarse con visitas al puerto pesquero, a la lonja y concluir las en un restaurante o una degustación. También puede combinarse con la visita a un centro interpretativo o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero en sus embarcaciones de pesca siempre que estén habilitadas por su Comunidad Autónoma para realizar actividades de turismo marinero o pesquero y/o de Capitanía Marítima si la actividad es en su jornada habitual. Empresas y servicios turísticos |
| <p>TURISMO PESQUERO EN TIERRA: <i>MARISQUEO A PIE</i></p> | <p>Actividades realizadas por los profesionales del mar que tienen como fin la extracción y cultivo de marisco o incluso peces a pie.</p> | <p><i>Rutas marisqueras en tierra</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Son todas aquellas actividades realizadas en el ámbito del marisqueo en tierra. Conocer actividades, especies y lugares de marisqueo: procesos de cultivo, de crianza, construcción de bateas, peso y etiquetado del producto y | <ul style="list-style-type: none"> Estas experiencias están especialmente indicadas para grupos escolares. Estas experiencias pueden complementarse con visitas al puerto pesquero, a la lonja y concluir las en un restaurante o una degustación. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero y acuícola. Especialmente mariscadoras y mariscadores Corraleros |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|---|---|--|---|---|
| | | <p>preparación del producto para la subasta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de los utensilios para su recogida y demostraciones prácticas con la participación de los turistas. • Degustaciones de mariscos <p><i>Corrales de pesca</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad milenaria que se realiza en las costas de la provincia de Cádiz. Consiste en una construcción de cercos de piedra, compuesto por varas, ramas o redes, que actúa como trampa para peces al quedar sumergido durante las mareas altas e impidiendo la huida de estos cuando se inicia la bajamar. • Conocer actividades, especies y lugares de los Corrales de pesca: procesos de captura. • Demostraciones prácticas con la participación de los turistas. • Degustaciones del pescado capturado. | <ul style="list-style-type: none"> • También puede combinarse con la visita a un centro interpretativo o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. • Cualquier actividad englobada en los grupos de oficios del mar, de comercialización de productos pesqueros y de gastronomía. | |
| <p>TURISMO PESQUERO EN TIERRA: OFICIOS DEL MAR</p> | <p>Actividades turísticas vinculadas con los oficios marineros y lugares de desarrollo de su actividad o lugares de exposición de estos oficios</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Historia de los oficios, vida marinera, artes de pesca, procesos de trabajo, zonas de interés de un barco • Talleres de oficios del mar • Instalaciones y lugares de desarrollo y vinculación a los oficios marineros • Construcción y reparación de embarcaciones pesqueras tradicionales | <ul style="list-style-type: none"> • Comercios de artesanía marinera y pesquera • Estas experiencias están especialmente indicadas para grupos escolares • Estas experiencias pueden complementarse con visitas al puerto pesquero, a la lonja o | <ul style="list-style-type: none"> • Profesionales del sector pesquero y acuícola. • Especialmente rederas y maestros artesanos |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|--|---|---|---|---|
| | | | <p>barrios marineros.</p> <ul style="list-style-type: none"> También puede combinarse con la visita a un centro interpretación o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. Cualquier actividad englobada en los grupos de marisqueo a pie, de comercialización de productos pesqueros y de gastronomía. | |
| <p>TURISMO PESQUERO EN TIERRA: <i>COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS</i></p> | <p>Actividades turísticas relacionadas con la comercialización de los productos pesqueros y acuícolas</p> | <ul style="list-style-type: none"> Visitas a conserveras, salineras, salazones, fábricas de congelado, salas de ronqueo, etc. Visitas a lonjas para observar el tratamiento del pescado, cómo se pesa, se etiqueta, la preparación de la puja, etc. Visitas a puertos pesqueros para conocer su funcionamiento e instalaciones. Visitas a piscifactorías, cetáceas y mercados de abastos tradicionales vinculados directamente con la pesca y el marisqueo. Conocer los procesos de producción, costumbres marineras, recetas tradicionales Degustaciones de los productos. Avistamiento de aves y rutas en las que estas instalaciones se | <ul style="list-style-type: none"> Visitas a puertos, lonjas y barrios marineros. Especialmente indicadas para grupos escolares. También puede combinarse con la visita a un centro interpretación o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. Cualquier actividad englobada en los grupos de oficios del mar y de gastronomía. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero y acuícola Empresas y servicios turísticos |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|--|--|---|--|---|
| TURISMO PESQUERO EN TIERRA: RUTAS PESQUERAS Y MARINERAS EN TIERRA | Actividades turísticas desarrolladas para conocer la historia, la cultura pesquera, marinera y acuícola, así como sus lugares. | <p>hallan en parajes naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitas a lugares para conocer la cultura marinera como pueden ser puertos, lonjas, faros, barrios marineros, patrimonio natural del litoral con significado pesquero o acuícola, así como cualquier espacio vinculado a la historia y costumbres pesqueras. • Degustaciones de los productos • Avistamiento de aves y rutas en las que estas instalaciones se hallan en parajes naturales. | <ul style="list-style-type: none"> • Comercios de artesanía marinera y pesquera • Estas experiencias están especialmente indicadas para grupos escolares • También puede combinarse con la visita a un centro interpretación o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. • Cualquier actividad englobada en los grupos oficios del mar, de comercialización de productos pesqueros y de gastronomía. | <ul style="list-style-type: none"> • Profesionales del sector pesquero y acuícola. • Empresas y servicios turísticos. • Asociaciones socioculturales. • Organizaciones públicas y fundaciones privadas. |
| TURISMO PESQUERO EN TIERRA: ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS | Actividades turísticas vinculadas con la gastronomía marinera y ferias cuyo eje central sean la pesca y/o el marisqueo. | <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas, talleres y eventos gastronómicos. • Cursos de cocina marinera. • Degustaciones • Rutas de gastronomía marinera. • Showcooking. • Ferias gastronómicas. | <ul style="list-style-type: none"> • Pueden desarrollarse y complementar cualquier otra actividad, especialmente las de turismo pesquero a bordo y en tierra, así como actividades socioculturales. | <ul style="list-style-type: none"> • Profesionales del sector pesquero y acuícola siempre que cuenten con los conocimientos necesarios, estén habilitados para la manipulación de alimentos y se desarrolle en espacios autorizados para ello. • Empresas y servicios turísticos. |
| TURISMO PESQUERO EN TIERRA: ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES | Actividades socioculturales vinculadas con el mar y lugares de exposición de temáticas marineras y acuícolas. | <ul style="list-style-type: none"> • Cualquier centro o lugar expositivo de temas marineros, principalmente museos y centros de interpretación. • Exposiciones, aulas y conferencias. • Jornadas técnicas y foros de debate y divulgación • Juegos interactivos cuyo eje central sea | <ul style="list-style-type: none"> • Pueden desarrollarse y complementar cualquier otra actividad siempre que el eje central sea la cultura pesquera, marinera y acuícola | <ul style="list-style-type: none"> • Profesionales del sector pesquero y acuícola. • Organizaciones públicas y fundaciones privadas • Cofradías de pescadores, organizaciones de productores, organizaciones |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|---|--|--|---|---|
| | | el mundo de la pesca y el marisqueo. | | <p>pesqueras y GALPA</p> <ul style="list-style-type: none"> Asociaciones socioculturales. Empresas y servicios turísticos. |
| ACUICULTURA CONTINENTAL: ACUITURISMO | <p>Actividades de turismo acuícola de interior y actividades socioculturales cuya finalidad es la ampliación de conocimientos tanto del entorno como de las especies cultivadas. El eje central debe ser siempre la actividad de la acuicultura.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Visitas a piscifactorías Visitas guiadas por ríos, lagos, pantanos, albuferas, acuarios y marismas para conocer más sobre la morfología de especies; los procesos productivos como la puesta, incubación o cría de las distintas especies y su contexto medioambiental y ecológico. Rutas por parajes de especial valor medioambiental. Avistamiento de aves Actividades de ocio, eventos y juegos interactivos vinculados directamente con la actividad. Hidroterapia e ictioterapia, así como baños de barro. Demostraciones prácticas a los turistas Degustaciones de los productos derivados de la acuicultura. | <ul style="list-style-type: none"> Pueden combinarse con la visita a un centro de interpretación o lugar expositivo relacionados con las actividades que se desarrollan. Estas experiencias están especialmente indicadas para grupos escolares. Pueden complementarse principalmente con oficios, comercios y restaurantes marineros, así como actividades gastronómicas. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector acuícola. Empresas y servicios turísticos. |
| COMERCIO MARINERO | <p>Establecimientos comerciales especializados en productos y artículos relacionados con la actividad pesquera, marinera y acuícola. El eje central debe ser siempre dichas actividades.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Productos locales de alimentación pesqueros y/o acuícolas, o derivados de los mismos y vinculados a comercialización de estos. Souvenirs y artículos artesanales relacionados con los oficios marineros, el | <ul style="list-style-type: none"> Pueden complementarse con cualquier actividad de las que se desarrollan, especialmente con las de oficios marineros, socioculturales y las de comercialización de productos pesqueros y acuícolas. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero y acuícola (con formación adecuada). Profesionales del sector turístico-comercial. |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|---|--|--|---|---|
| RESTAURANTES, BARES Y TABERNAS MARINERAS | Establecimientos de restauración o espacios, que ofrecen carta o menú específico de productos pesqueros y/o acuícolas y que son el eje central de su oferta. También tabernas o bares con una vinculación directa con el mundo de la pesca y el marisqueo. | <p>mundo pesquero y acuícola.</p> <ul style="list-style-type: none"> Establecimientos de restauración y espacios vinculados o asociados a cofradías de pescadores y organizaciones pesqueras y acuícolas, así como lonjas de pesca. Establecimientos de restauración y espacios vinculados a degustar los productos de las experiencias de turismo pesquero y mariner a bordo y rutas pesqueras y marineras en tierra y acuícolas. Establecimientos de restauración y espacios vinculados a las actividades socioculturales. Los establecimientos tienen que garantizar el origen y la calidad de los pescados y los mariscos que se ofrecen. Bares y tabernas tradicionales o restauradas directamente vinculadas al mundo de la pesca y la acuicultura. | <ul style="list-style-type: none"> Pueden asociarse y complementarse con cualquiera de las actividades que se realicen siempre que el eje central sea la cultura pesquera, marinera y acuícola. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero y acuícola con la formación adecuada. Cofradías de pescadores y organizaciones de productores. Asociaciones socioculturales Profesionales de la restauración y de la hostelería. |
| ALOJAMIENTOS PESQUEROS Y MARINEROS | Alojamientos y establecimientos cuya seña de identidad sea la cultura y costumbres marineras y acuícolas | <ul style="list-style-type: none"> Establecimientos de alojamiento directamente vinculados con la vida marinera o que ofrezcan algún servicio mariner o acuícola. Alojamientos que cuenten con espacios expositivos permanentes relacionados con las costumbres marineras y acuícolas. Embarcaciones pesqueras. Faros | <ul style="list-style-type: none"> Pueden asociarse con cualquiera de las actividades. Están especialmente indicados para ser incluidos en paquetes turísticos que ofrezcan otras experiencias pesqueras y acuícolas. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero y acuícola con la formación adecuada. Profesionales de la hostelería. |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| GRUPOS/CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | CARACTERÍSTICAS | SINERGIAS | REALIZACIÓN |
|--|--|--|--|--|
| <p>AGENCIAS ESPECIALIZADAS Y CLUBES DE PRODUCTO</p> | <p>Empresas organizadoras de viajes y experiencias cuya oferta mayoritaria debe ser este tipo de actividades, productos y servicios que contempla el Club Producto y la Red de Turismo Pesquero.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Empresas de viajes y experiencias que comercializan actividades, productos y servicios directamente vinculados al mundo de la pesca y la acuicultura. • Clubes de producto que ofrecen mayoritariamente las experiencias encuadradas en las distintas categorías. | <ul style="list-style-type: none"> • Pueden comercializar las actividades, productos y servicios de una misma categoría, de varias categorías o crear diferentes paquetes turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viaje y receptivo • Agencias de experiencias turísticas. • Clubes de producto. |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

3.2.- Requisitos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero

La pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España está basada en unos criterios y requisitos preestablecidos y en una evaluación lo más objetiva posible de ellos. El requisito fundamental es que cualquier actividad, producto o servicio que pertenezca a la Red debe obligatoriamente estar vinculado con la actividad pesquera y acuícola profesional, y con carácter general o en algunos casos concretos (comercios marineros, agencias especializadas o clubes de producto) al menos el 50% de su oferta debe ajustarse a este criterio.

Por ello, establecemos 3 tipos de requisitos: obligatorios, complementarios y de posicionamiento y mejora. Los requisitos obligatorios son los que deben cumplirse para poder formar parte de la Red en cada una de las categorías establecidas durante la puesta en marcha de este plan piloto.

❖ 1.- Requisitos Obligatorios

No obstante, como sería imposible establecer unos requisitos comunes para cada caso concreto de las actividades, productos o servicios que quieran adherirse a la Red, será el Equipo técnico de la misma quién determine finalmente su adscripción, aunque se incumpla algunos de los criterios fijados como obligatorios.

Hay que tener en cuenta, por ejemplo, que en la categoría de restaurantes también se incluyen las tabernas tradicionales, que no tienen que cumplir los mismos criterios que los primeros, por lo que sería injusto el que quedarán fuera de la Red, al no cumplir todos los requisitos que se han establecido como obligatorios para dicha categoría. Lo mismo ocurre con la categoría de los alojamientos, ya que sería discriminatorio aplicar los mismos requisitos para un hotel que para una embarcación pesquera, que se ha habilitado para que pueda servir también para pernoctar.

Por ello, aunque la adscripción a la Red se realizará rellenando un cuestionario mediante la fórmula de declaración responsable, será el Equipo técnico quien validará finalmente el proceso de adhesión, para lo que podrá pedir toda la documentación que considere oportuna.

Por otra parte, podemos encontrarnos con el caso contrario en actividades, productos o servicios que quieran adherirse a la Red y que pertenezcan a determinadas categorías, como pueden ser rutas pesqueras o marineras por tierra, comercios marineros, restaurantes, alojamientos y agencias especializadas, ya que pueden cumplir con todos los requisitos obligatorios, pero no

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

ajustarse al eje principal y vertebrador de la Red y es que estén vinculadas con la actividad pesquera y acuícola profesional. De ahí que sea el equipo técnico quien deba determinar si son adecuadas para integrarse en la Red.

En el caso de que se incumplan algunos de los requisitos establecidos como obligatorios, concurren circunstancias especiales o existan dudas sobre si las actividades, productos o servicios tienen una vinculación real con la actividad pesquera y acuícola profesional, además de pedir la documentación oportuna, se establecerá un periodo de 6 meses para que se subsanen las deficiencias detectadas para volver a ser evaluados, sin perjuicio de que si antes de transcurrido ese tiempo puede acreditarse que se cumple con los requisitos, se formalice su adhesión a la Red.

Una vez finalizada esta fase inicial de creación puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España y constituidos los órganos de dirección, serán estos los que determinarán cada cuánto tiempo se establecen mecanismos para una nueva evaluación, a fin de garantizar y acreditar que los miembros de la Red siguen cumpliendo con los requisitos fijados y los estándares de calidad, así como si es necesario establecer nuevos criterios de incorporación o modificar los existentes.

Por otra parte, en los requisitos obligatorios ya se establece que la adhesión a la Red implica el cumplimiento de lo establecido en este Manual de funcionamiento y en los criterios que se puedan añadir en un futuro, así como incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.

En definitiva, pertenecer a la Red implica adaptar los procesos, los productos y los servicios que se ofrecen bajo esta denominación a los requisitos o normas impuestos por la Red, así como en un futuro avanzar en la consecución de una serie de objetivos que en gran parte vienen definidos en las tablas de verificación contemplados en los requisitos complementarios y de posicionamiento y mejora.

Uno de los objetivos principales de la Red de Turismo Pesquero de España es avanzar en los procesos de calidad y mejorar en la comercialización de las actividades, productos o servicios que van a formar parte de ésta, así como profundizar e implementar criterios de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Con este fin, hemos añadido en el proceso de verificación de integración de la Red otras dos tablas con diferentes criterios: requisitos complementarios y requisitos para posicionamiento y mejora para una vez finalizado este proyecto de plan piloto.

❖ 2.- Requisitos Complementarios

Los objetivos complementarios tienen como finalidad mejorar la experiencia que se ofrece al turista, ampliar los canales de comercialización y aumentar la formación específica de las personas que atienden a los clientes.

Por ello, hemos establecido que es obligatorio obtener al menos 10 puntos en este proceso de verificación para formar parte de la Red de Turismo Pesquero de España en un futuro, además del cumplimiento de los requisitos obligatorios.

Una vez finalizada esta fase de creación y puesta en marcha de la Red, corresponderá al Comité Nacional y a los comités locales poner en marcha estos requisitos, aumentar la puntuación necesaria en estos criterios de verificación, establecer un plazo para su cumplimiento o cualquier otro proceso que estime oportuno.

En los requisitos complementarios figura un criterio que no depende del gestor de la experiencia, como es “disponer de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas”. En este sentido, es una recomendación para que las administraciones que formarán parte de los comités nacional y local trabajen en este sentido, siguiendo las directrices marcadas por la Comisión Europea.

❖ 3.- Requisitos de Mejora y Posicionamiento.

Los requisitos de mejora y posicionamiento marcan el camino que hay que seguir para avanzar y profundizar en criterios de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+; y que será obligación del Comité Nacional poner marcha e ir actualizando a medida que se modifica la legislación española y comunitaria.

En este sentido, en esta tabla de verificación hemos hecho hincapié en que las experiencias que formen parte de la Red cuenten en un futuro con protocolos determinados y tomen medidas concretas para avanzar y cumplir los objetivos expuestos anteriormente, así como en la mejora

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

de la comercialización del producto turístico y el acceso de los jóvenes a un sector, especialmente los de la pesca y el marisqueo, que está envejecido y uno de sus principales problemas es el relevo generacional.

Por ello, en esta fase de puesta en marcha y creación de la Red de Turismo Pesquero de España ponemos a disposición toda una serie de estudios y manuales para adoptar criterios y medidas referidas a las políticas de sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+.

No obstante, será El Comité Nacional y los comités locales quienes establecerán cursos de formación a los miembros de la Red, que tendrán como finalidad avanzar en el objetivo del cumplimiento de dichos criterios, así como el establecimiento de líneas de subvención para implementar actuaciones, como el uso de energías limpias, puertas voladoras en los barcos de arrastre, adaptación de las experiencias a las personas con movilidad reducida, etc.

Con el fin de incentivar el avanzar hacia estos objetivos, el posicionamiento en la plataforma Web de la Red de Turismo Pesquero de España de las diferentes actividades que formen para de la misma categoría se establecerá en función de la puntuación obtenida de sumar los criterios complementarios y los de mejora y posicionamiento. De tal forma que en las búsquedas dentro de la plataforma Web aparecerá en primer lugar la experiencia que mayor puntuación haya obtenido.

❖ 4.- Criterios Obligatorios y de Verificación para cada categoría

Con carácter general, en el caso de que un producto, actividad o servicio pueda englobarse en varias categorías diferentes, como pueden ser las actividades socioculturales que también incluyen alguna experiencia gastronómica, por citar un ejemplo, deberá cumplimentar los criterios obligatorios y, en un futuro, los Complementarios y los de Mejora, para cada categoría en la que quiera figurar en la plataforma Web.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero a bordo | |
| Categorías: Pesca-turismo y Turismo Mariner para embarcaciones pesqueras | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre de la embarcación: | |
| Matricula: | Puerto base: |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|--|
| Descripción de la actividad de pesca-turismo (máximo 5 líneas): |
| |

| |
|---|
| Descripción de la actividad de turismo mariner en pesqueros (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La embarcación cuenta con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad pesquera y el puerto base está en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La embarcación cuenta con la autorización de Capitanía Marítima para realizar la actividad de pesca-turismo y cumple con todo lo referido a ella anualmente (seguros, elementos de seguridad, etc.). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de existir normativa en la Comunidad Autónoma donde tiene el puerto base, tiene dichas autorizaciones para realizar la actividad de pesca-turismo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de existir normativa en la Comunidad Autónoma donde tiene el puerto base, tiene dichas autorizaciones para realizar la actividad de turismo marineró. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El armador pertenece a una cofradía o asociación profesional de la actividad pesquera del territorio de acción de la Red. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que la actividad que realiza incluya el avistamiento de cetáceos, cuenta con autorización del Ministerio de Transición Ecológica. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista será informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, artes de pesca, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge del mar la basura capturada o generada durante la experiencia y al llegar a puerto la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que la duración de la actividad sea superior a tres horas, incluye alguna bebida y/o comida. Si la actividad incluye el alojamiento en la embarcación, esta dispone de ropa de cama limpia y en perfecto estado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece la posibilidad de comprar el pescado capturado durante la jornada a los turistas, siempre de acuerdo con la normativa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (prismáticos, guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece información sobre recetas marineras relativas a las capturas del día. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas, como aprender a limpiar el pescado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visita al puerto pesquero, lonja, espacio sociocultural, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| La embarcación cuenta con alguna mujer como miembro de la tripulación. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|--|--|
| La embarcación cuenta con alguna persona menor de 25 años como miembro de la tripulación. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La embarcación está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La embarcación cuenta con baño (Solo en los barcos de artes menores donde no es obligatorio). | Cinco puntos | |
| La embarcación dispone de duchas de agua caliente. | Tres puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la actividad que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial. | |
| La embarcación emplea energía solar o hidrógeno líquido. | Diez puntos | |
| Las embarcaciones de artes mayores utilizan “puertas voladoras” en la pesca de arrastre. | Cinco puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero a bordo | |
| Categoría: Turismo marineró en embarcaciones no pesqueras | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre de la embarcación: | |
| Matricula: | Puerto base: |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La embarcación cuenta con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y el puerto base está en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino está obligado). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La embarcación tiene al día las diferentes revisiones técnicas y el certificado extendido por la autoridad competente en el que se establece el número máximo de personas a bordo (tripulación y personal ajeno). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad (chalecos, balsa, botiquín, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad pesquera profesional, el marisqueo o la acuicultura en el mar. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que la actividad que realiza incluya el avistamiento de cetáceos, cuenta con autorización del Ministerio de Transición Ecológica. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge del mar la basura capturada o generada durante la experiencia y al llegar a puerto la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que la duración de la actividad sea superior a tres horas, incluye alguna bebida y/o comida. Si la actividad incluye el alojamiento en la embarcación, esta dispone de ropa de cama limpia y en perfecto estado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (prismáticos, guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visita al puerto pesquero, lonja, espacio sociocultural, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| La embarcación cuenta con alguna mujer como miembro de la tripulación. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| La embarcación cuenta con alguna persona menor de 25 años como miembro de la tripulación. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La embarcación está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|---|--|
| La embarcación cuenta con baño. | Cinco puntos | |
| La embarcación dispone de duchas de agua caliente. | Tres puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la actividad que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| La embarcación emplea energía solar o hidrógeno líquido. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Marisqueo a pie | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar o pertenecen a una asociación que está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno a la actividad del marisqueo profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de algún espacio en el caso de que los turistas requieran cambiarse de ropa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visita al puerto pesquero, lonja, espacio sociocultural, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La actividad pone a disposición de los clientes un local con baño. | Cinco puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|--|--|
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Oficios del mar | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar o pertenecen a una asociación que está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en un local, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad en caso de ser necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes de la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | | | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visita al puerto pesquero, lonja, espacio sociocultural, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|--|--|
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Comercialización de productos pesqueros y acuícolas | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): | |
| | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes; y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en un local, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, siempre será con productos procedentes de las instalaciones que se visitan y cumplirán con toda la normativa higiénico-sanitaria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que haber sido elaborado en las instalaciones que se han visitado o en otro vinculado. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de utilizar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | | | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visita al puerto pesquero, lonja, espacio sociocultural, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|---|--|
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Rutas pesqueras o marineras en tierra | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalizado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario dada la naturaleza de la experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, cumplirá con toda la normativa higiénico-sanitaria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de comercializarse algún producto tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad, en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos, en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | | |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades como visitas espacios sociocultural, gastronómicos, etc. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|---|--|
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local o visitar una instalación, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|--------------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Actividades gastronómicas | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El personal que esté en contacto con alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad, en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalizado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario dada la naturaleza de la experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, cumplirá con toda la normativa higiénico-sanitaria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|---|--|
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local o visitar una instalación, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|--------------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero en tierra | |
| Categoría: Actividades Socioculturales | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre comercial: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad, en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalizado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario dada la naturaleza de la experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, cumplirá con toda la normativa higiénico-sanitaria y el personal en contacto con los alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad, en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Pone a disposición de los visitantes audioguías en idiomas extranjeros o lenguas cooficiales. | Dos puntos por cada idioma | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|---|---|--|
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local o visitar una instalación, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Grupo: Acuicultura continental | |
| Categoría: Acuiturismo | |
| Titular del servicio: | |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales de la acuicultura que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios para todas las personas que participan en la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario dada la naturaleza de la experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, cumplirá con toda la normativa higiénico-sanitaria y el personal en contacto con los alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la acuicultura profesional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos, en el caso de que la actividad se realice en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete). | | |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada durante la experiencia y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica para poder ofrecer información de las actividades que realiza y de todo lo referido a éstas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio en una empresa o local, la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática relativa a la experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en las bebidas y comidas que ofrece a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece actividades diferenciadas para adultos, familias y niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza durante la experiencia actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer como guía de la experiencia. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Cinco puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|---|--|
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años como guía de la experiencia. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local o visitar una instalación, emplea energía solar. En el caso de ser en una embarcación utiliza hidrógeno líquido o energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|------------------------------------|------------------------------|
| Grupo: Comercio Mariner | |
| Categoría: Comercio Mariner | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre del Comercio: | |
| Localización: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario si forma parte de otra experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de ofrecerse una degustación, cumplirá con toda la normativa higiénico-sanitaria y el personal en contacto con los alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo y la acuicultura profesional y al menos tienen que ser el 50% de su oferta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que el punto de venta esté en dichos lugares. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que se realice alguna demostración, se mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de utilizarlo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de una página web blog o link dentro de otra página diferente en los que están publicados los productos, precios, localización, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece productos locales. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que se trate de productos alimentarios, cuenta con un catálogo, disponible para el consumidor, en el que se informa de su origen, así como proceso de elaboración, especies trabajadas, cualidades gastronómicas, etc. Se entiende por producciones alimentarias aquellas que están basadas en productos del mar y la acuicultura extraídos o desembarcados en el territorio, ya que están basadas en productos del mar o la acuicultura y elaborados en talleres o industrias del territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La posición de los productos en los estantes es ordenada y de fácil acceso para los clientes, los expositores permiten el paso de los clientes por los pasillos de manera cómoda y los productos están divididos en secciones. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico en el caso de ofrecer alguna degustación a los clientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de la naturaleza (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|-----------------------------|---------------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer en el punto de venta. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años en el punto de venta. | Cinco puntos. | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|---|--|
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Tres puntos | |
| La actividad está adaptada para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web permite comprar los productos por internet y cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes si está integrada en otras actividades. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local o visitar una instalación, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|-----------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Restaurantes, bares y tabernas marineras | |
| Categoría: Restaurantes, bares y tabernas marineras | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre del local: | |
| Localización: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se realice en una instalación o incluya su visita, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está establecido y señalizado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes, en caso de que sea necesario si forma parte de otra experiencia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El personal en contacto con los alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La zona de cocina, barra y demás espacios que estén en contacto con productos alimenticios cumplen la normativa vigente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional del lugar donde se encuentre el local y serán la oferta principal. Los platos que ofrecen están basados en la gastronomía tradicional de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los establecimientos tienen que garantizar el origen y la calidad de los pescados y los mariscos que se ofrecen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de tratarse de bares y tabernas tradicionales o restauradas deben estar vinculadas obligatoriamente al mundo de la pesca o la acuicultura. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recoge la basura generada y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad, en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos, en el caso de que el local esté en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| En el caso de que se realice algún showcooking, se mantiene el material en perfecto estado para su uso, garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de utilizarlo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad y estén publicadas la carta, productos, precios, localización, contacto para las reservas, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con un catálogo, disponible para el consumidor, en el que se informa del origen de los productos pesqueros, así como proceso de elaboración, especies trabajadas, cualidades gastronómicas, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que los clientes lo soliciten, el personal que presta el servicio puede ofrecer información relativa a los productos que se ofrecen en la carta, especie, zona de captura, lonja de procedencia... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El protocolo recoge el procedimiento de cobro, facturación y despedida, así como el procedimiento de actuación ante posibles eventualidades. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente con el establecimiento, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si esta actividad está dentro de un paquete de servicios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con menús específicos para niños. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante de otras actividades vinculadas al mundo de la pesca, el marisqueo o la acuicultura. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza actividades complementarias o educativas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|--|---|--------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la carta o menú, así como guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer en la dirección del local. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años en la dirección del local. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Tres puntos | |
| El local está adaptado para personas con movilidad reducida. | Diez puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Dos puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes si está integrada en otras actividades. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficiales | |
| El local emplea energía solar. | Diez puntos | |
| El local cuenta con dispositivos de ahorro energético. | Cinco puntos | |
| El establecimiento participa en muestras gastronómicas o ferias vinculadas a la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional. | Cinco puntos | |
| El establecimiento participa en campañas solidarias. | Diez puntos | |
| La actividad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|--------------------------|--|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| APTO | | | NO APTO | | |
| <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Alojamientos pesqueros o marineros | |
| Categoría: Alojamientos pesqueros o marineros | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre del local: | |
| Localización: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los y las profesionales que realizan la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar, en el caso de que pertenezcan a este grupo profesional los que realizan la experiencia. En el caso de que no pertenezcan a este grupo, no marcar respuesta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder realizar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y la actividad se realiza en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El establecimiento está adaptado, cumpliendo la normativa de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizada. Los espacios que utilizan los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que se realicen otras actividades en el establecimiento, cuenta con todas las autorizaciones correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos de seguridad obligatorios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El alojamiento cuenta con espacios expositivos permanentes relacionados con las costumbres marineras o acuícolas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El personal en contacto con los alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos, en el caso de que se sirvan comidas. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La zona de cocinas, barra y demás espacios que estén en contacto con productos alimenticios cumplen la normativa vigente, en el caso de que se sirvan comidas. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que se sirvan comidas, los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo y la acuicultura profesional del lugar donde se encuentre el local y serán la oferta principal. Los platos que ofrecen están basados en la gastronomía tradicional de la zona. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los establecimientos tienen que garantizar el origen y la calidad de los pescados y los mariscos que se ofrecen, en el caso de ofrecer comidas. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La seña de identidad del establecimiento debe estar vinculada obligatoriamente al mundo de la pesca o la acuicultura. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera en los espacios comunes (comedor, recepción, salones, etc.), así como en las habitaciones. | | |
| Recoge la basura generada y la deposita en los contenedores correspondientes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Cumple con la normativa medioambiental aplicable al espacio en el cual se desarrolle la actividad en caso de ser necesario. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos en el caso de que el local esté en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que se realice algún showcooking, se mantiene el material en perfecto estado para su uso garantizando la seguridad del usuario y se informa a los clientes la manera de utilizarlo. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, y donde estén publicados los servicios, productos, precios, localización, contacto para las reservas, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con un catálogo, disponible para el consumidor, en el que se informa del origen de los productos pesqueros, así como proceso de elaboración, especies trabajadas, cualidades gastronómicas, etc, en el caso de ofrecer comidas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En caso de que los clientes lo soliciten, el personal que presta el servicio puede ofrecer información relativa a los productos que se ofrecen en la carta, especie, zona de captura, lonja de procedencia... en el caso de ofrecer comidas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El protocolo recoge el procedimiento de cobro, facturación y despedida, así como el procedimiento de actuación ante posibles eventualidades. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la reserva se realice directamente con el establecimiento, éste tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si esta actividad está dentro de un paquete de servicios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| No utiliza recipientes y utensilios de plástico. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con menús específicos para niños en el caso de ofrecer comidas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dispone de zona de aparcamiento cercano y gratuito, o parada de autobús, tren o metro, así como de un parking de intercambio de bicicletas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante de otras actividades vinculadas al mundo de la pesca, el marisqueo o la acuicultura. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza actividades complementarias o educativas vinculadas con el mundo de la pesca, el marisqueo o la acuicultura. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La experiencia se complementa con otras actividades. (Cualquiera de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|---|---|--------|
| Número de idiomas extranjeros en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está otra información (guías informativas, etc.). | Dos puntos por cada idioma | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer en la dirección del local. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años en la dirección del local. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Tres puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web permite reservar directamente por internet y cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| Número de idiomas extranjeros en los que está la web. | Dos puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre la experiencia que se realiza y que se entrega a los clientes si está integrada en otras actividades. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La actividad dispone de información adicional que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficiales | |
| El local emplea energía solar. | Diez puntos | |
| El local cuenta con dispositivos de ahorro energético. | Cinco puntos | |
| El establecimiento participa en muestras gastronómicas o ferias vinculadas a la pesca, el marisqueo y la acuicultura profesional, en el caso de que ofrezca comida. | Cinco puntos | |
| La entidad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | |
|--|-------------|--|
| La entidad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La actividad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|------------|--|--------------------------------|-----------------|--------------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| | APTO | | | NO APTO | |
| | <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Agencias especializadas y Clubes de Producto | |
| Categoría: Agencias especializadas y Clubes de Producto | |
| Titular del servicio: | |
| Nombre comercial: | |
| Localización: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la empresa: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |

| |
|---|
| Descripción de la actividad (máximo 5 líneas): |
| |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| REQUISITOS OBLIGATORIOS | SÍ | NO |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad sea realizada por una asociación, fundación o empresa está autorizada por la Administración para poder comercializar este tipo de experiencias. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuentan con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad, correspondientes a todas las administraciones competentes y las experiencias que se comercializan se realizan en territorio nacional. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En el caso de que la actividad se comercialice en una instalación, cuenta con el permiso de apertura y todas las autorizaciones correspondientes y tiene los elementos de seguridad obligatorios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Está dado de alta en el registro de actividades turísticas, en caso de que fuera necesario. (Dejar en blanco sino es obligatorio). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Al menos el 50% de la oferta de experiencias que comercializa pertenece a algunas de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La empresa ofrece las actividades como mínimo durante 4 meses al año. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Las actividades que comercializa cuentan con todos los permisos correspondientes de las diferentes administraciones. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con hojas de reclamación homologadas y un sistema de devolución en caso de cancelar la actividad si hace venta directa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la obligación de obtener las autorizaciones que puedan ser preceptivas, especialmente a las reservas marinas y espacios protegidos, en el caso de que el local esté en dichos lugares. (Dejar en blanco sino está previsto). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cumple con la normativa relativa a la protección de datos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa, así como toda la información obligatoria correspondiente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España y cumplir todas las normas que implican su adhesión. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| REQUISITOS COMPLEMENTARIOS (Dos puntos por el cumplimiento de cada requisito) | SÍ | NO | EN PROCESO |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Los profesionales que atienden a los clientes tienen formación específica. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Cuenta con elementos decorativos de temática marinera, en el caso de contar con un local. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Los profesionales que atienden a los clientes ofrecen información sobre la Red de Turismo Pesquero de España y las actividades ofrecidas por otros socios de la Red y que se pueden realizar en el territorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Las actividades que comercializa están incluidas en un paquete de oferta turística de la zona. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a las actividades que se comercializan y se aplican los resultados. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Pone a disposición del cliente el material adecuado para la correcta interpretación y disfrute de las actividades que comercializa (guías informativas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|

| INDICADORES PARA POSICIONAMIENTO Y MEJORA | CRITERIOS | PUNTOS |
|--|---|--------|
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que pueden atender a los clientes. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que está la web. | Tres puntos por cada idioma | |
| Número de idiomas extranjeros o lenguas cooficiales en los que están las guías informativas. | Dos puntos por cada idioma | |
| Número de actividades, servicios y productos que se comercializan que están englobados en algunas de las categorías de la Red de Turismo Pesquero. | Dos puntos por cada uno | |
| Los organizadores cuentan con alguna mujer en la dirección. | Cinco puntos por cada mujer | |
| Alguna mujer interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Cinco puntos | |
| Los organizadores cuentan con alguna persona menor de 25 años en la dirección. | Cinco puntos. | |
| Alguna persona menor de 25 años interviene directamente en la comercialización de la actividad a través de internet. | Tres puntos | |
| La web está adaptada a dispositivos móviles | Cinco puntos | |
| La web permite comprar las actividades por internet y cuenta con un sistema de pago con un TPV virtual. | Cinco puntos | |
| La actividad que se comercializa tiene perfiles propios en redes sociales (Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, LinkedIn y TikTok). | Un punto por cada red social | |
| La actividad dispone de material informativo sobre las experiencias que se realizan y que se entrega a los clientes. | Dos puntos por cada idioma en que esté el material. | |
| La entidad dispone de información adicional sobre las experiencias que comercializa que se facilita a los turistas mediante un código QR. | Cinco puntos en un solo idioma. Diez puntos si se incluye también alguna lengua extranjera o cooficial | |
| En el caso de contar con un local, emplea energía solar. | Diez puntos | |
| La entidad se publicita en internet con anuncios de pago. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con un código de buenas prácticas. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de igualdad de género y LGTBI+. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de sostenibilidad. | Tres puntos | |
| La entidad cuenta con protocolos de accesibilidad universal. | Tres puntos | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

| Requisitos | Cumple todos los requisitos obligatorios | | Complementarios | Indicadores de mejora | Total |
|--------------------------|--|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|-------|
| Puntuación | <input type="checkbox"/> SÍ | <input type="checkbox"/> NO | | | |
| APTO | | | NO APTO | | |
| <input type="checkbox"/> | | | <input type="checkbox"/> | | |

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



4.- Discurso de la Red de Turismo Pesquero de España

La Red de Turismo Pesquero de España tiene como objetivo crear un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional, que se comercialice a través de una plataforma web y que englobe las actividades turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar en todo el territorio español en el marco de la economía azul como fin la promoción exterior del turismo pesquero y acuícola como nueva marca de España.

Este proyecto está financiado con fondos procedentes del programa de recuperación de la Unión Europea “Next Generation”, dentro de la convocatoria “Experiencias Turismo España” del Ministerio de Industria y Turismo.

Esta iniciativa, que está formada por 8 empresas y entidades públicas, con presencia en 8 comunidades autónomas, ha sido seleccionado por el Ministerio de Turismo, junto con otros 35 proyectos nacionales, en un concurso en el que han participado 231 grupos en su primera convocatoria. El presupuesto para realizar el proyecto y poner en marcha el plan piloto, que debe finalizar el 30 de junio de 2025, es de 534.879 euros

Los miembros de esta iniciativa son referentes nacionales en cada uno de los campos que vamos a desarrollar para crear y poner en marcha la Red de Turismo Pesquero de España. Los socios del proyecto y miembros fundadores de la Red son el Consorcio de Turismo Sostenible de la Costa Occidental de Huelva, que es el coordinador del proyecto, Pescaturismo, Turismo Marinero de Murcia, Fundación Expomar, Grupo Abica, el GALPA Ader La Palma, Ociomar Torrevieja y Fundació Promediterrània (más conocida por gestionar el Museo de la Pesca de Palamós).

La Red se presentó públicamente en el IV Foro de Turismo Marinero de Huelva, en noviembre de 2023, con la presencia de las principales autoridades de los ministerios de Turismo (representado por Iлона Shekyants, Subdirectora General Adjunta de la Secretaría Estado de Turismo) y de Pesca (José María Solano, secretario general de Pesca), así como la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (representada por su presidente José Basilio) y Cepesca (representada por Nadia Moalla, responsable de proyectos e innovación), entre otros muchos.

4.1.- Objetivos de la Red de Turismo Pesquero

El objetivo de la Red es crear un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional, mediante la fórmula de un Club de Producto, que se basa en las directrices de los Ministerios de Pesca y de Turismo, y que hemos actualizado siguiendo los criterios de la Comisión Europea sobre sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal, igualdad de género y protocolos LGTBI+.

El resultado final de la iniciativa es la creación de una plataforma Web, como parte esencial del proyecto, que estará en castellano, catalán, euskera, gallego, inglés, alemán y francés, y que englobará las actividades, productos y servicios turísticos desarrolladas por los y las profesionales del mar, así como todas aquellas vinculadas directamente con el mundo de la pesca, la acuicultura y el marisqueo.

El objetivo es crear un nuevo producto que se comercialice a través de una plataforma web, que ha seguido los patrones del Portal oficial de turismo de España, y que englobe las actividades turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar en todo el territorio estatal en el marco de la economía azul.

Tradicionalmente, la actividad pesquera y acuícola ha sido un motor económico fundamental para las zonas costeras, contribuyendo, además, a la protección del medio ambiente y a la configuración de importantes valores socioculturales. Los cambios que se han ido produciendo en las últimas décadas han disminuido en gran medida estas actividades tradicionales, y en especial las tradiciones ligadas a la misma.

Por este motivo, la puesta en marcha de iniciativas turísticas relacionadas con dar valor a la actividad pesquera y acuícola, en el marco de la economía azul, así como las sinergias que se pueden establecer con otras experiencias vinculadas al mundo del mar, y en especial a la gastronomía, es una gran oportunidad de diversificación para las zonas donde se realizan estas actividades.

Con esta iniciativa pretendemos unificar una oferta que apenas está explotada, que existe en todo el litoral español y en algunas zonas de interior, pero está diseminada, y conseguir que, en el exterior, el turismo pesquero sea percibido como Marca España.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

En este sentido, plantear un proyecto que fortalezca esta tipología turística con tanto potencial en España, a través de la puesta en común de los agentes implicados en su desarrollo por todo el territorio, se presenta como una oportunidad de crecimiento y desarrollo empresarial en el marco de la economía azul.

Sobre todo, teniendo en cuenta que el turismo pesquero y acuícola se caracteriza por ser un segmento respetuoso con el medio en el que se desarrolla, contribuyendo e impulsando la sostenibilidad social, ambiental y económica del propio sector, sus familias y de los recursos naturales y patrimoniales.

En esta iniciativa se integrarían todo tipo de empresas, organizaciones y actividades, que van desde el pesca-turismo al turismo marinerero, mariscadoras, talleres sobre oficios, rutas en tierra (como visitas a lonjas, barrios marineros, salineras o puertos) y propuestas socioculturales, como visitas a faros y a museos, así como ferias gastronómicas e incluso restaurantes marineros, por citar algunas de las muchas experiencias que se realizan en todo el país, siempre que estén pilotadas por los profesionales de la pesca y la acuicultura o tengan una vinculación directa.

El abanico de experiencias relacionadas con el ámbito pesquero y acuícola, con su actividad, cultura, oficios, tradiciones comercialización, etc. y especialmente teniendo en cuenta los lugares en los que se pueden desarrollar dichas actividades es muy amplio. Por ello, se ha hecho una estructura basada en ocho grandes bloques, a su vez divididos en categorías, diferenciados entre actividades desarrolladas a bordo de embarcaciones y las efectuadas en tierra, así como las relacionadas con la acuicultura de interior, las ofertas de servicios socioculturales, comerciales, de hostelería y gastronomía.

1.- Turismo a bordo

- Pesca-turismo
- Turismo pesquero o marinerero

2.- Turismo Pesquero o Marinerero en tierra

- Marisqueo a pie
- Oficios del mar (talleres de rederas)

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Rutas marineras en tierra (visitas a Lonjas, barrios marineros, puertos pesqueros...)
- Actividades socioculturales (museos, exposiciones, faros...)
- Comercialización de productos pesqueros y acuícolas (salineras, conserveras, salazones...)
- Actividades gastronómicas (ferias, talleres...)

3.- Acuiturismo

4.- Comercios marineros

5.- Restaurantes marineros

6.- Alojamientos marineros

7.- Agencias especializadas y Clubes de Producto

Todo ello lo vamos a acompañar con una serie de códigos de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible que proporcionen criterios de actuación basados en un modelo de economía circular y en el fomento de la economía azul. Para ello, se harán una serie de manuales y guías formativas. Esta documentación será pública, tendrá acceso todo aquel interesado y podrá descargarse directamente desde la plataforma Web de la Red.

- Manual de la Red de Turismo Pesquero de España
- Guía formativa sobre la actividad de pesca-turismo
- Guía formativa sobre la actividad de turismo marinero en barco
- Guía formativa sobre la actividad de marisqueo a pie
- Guía formativa sobre las actividades, servicios o productos vinculados a las rutas marineras y pesqueras en tierra (lonjas, puertos, faros, barrios marineros...), y oficios del mar
- Guía formativa sobre las actividades socioculturales

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

- Guía formativa sobre las actividades de Acuicultura
- Guía formativa sobre las actividades gastronómicas y restaurantes marinos
- Guía formativa sobre las actividades vinculadas a la comercialización de productos pesqueros y comercios marinos
- Guía formativa sobre protocolos de sostenibilidad
- Guía formativa sobre protocolos de digitalización
- Guía formativa sobre protocolos de igualdad de género y LGTBI+
- Guía formativa sobre protocolos de accesibilidad universal
- Guía formativa sobre un Código de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible
- Estudio sobre "Problemas y Soluciones para incorporar al sector pesquero y acuícola al turismo pesquero"

Se trata de un proyecto de interés público, sin interés comercial alguno, y al que puede incorporarse todo aquel que quiera y que cumpla con los parámetros establecidos para formar parte de la Red de Turismo Pesquero, dentro de cada una de las categorías establecidas en Manual de la Red de Turismo Pesquero de España

La calificación de miembro del Club de Producto de la Red de Turismo Pesquero de España y su derecho a estar incluido en la plataforma Web la podrán obtener todo tipo de empresas, organizaciones y actividades vinculadas al turismo pesquero, marino y acuícola, en el sentido más amplio de dichos términos, y especialmente los y las profesionales del sector pesquero y acuícola, siempre que cumplan con los parámetros y requisitos establecidos para formar parte de la Red, dentro de cada una de las categorías fijadas.

La adhesión a la Red de Turismo Pesquero de España, que será voluntaria y no tendrá carácter de permanencia, se realizará mediante la fórmula de una declaración responsable de que se cumplen con los criterios de verificación para formar parte de ella, aunque en cualquier momento

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

los requisitos que se deben cumplir podrán ser comprobados por el equipo técnico de la Red, al que se le deberá facilitar toda la documentación que soliciten.

La pertenencia a la Red conlleva adquirir una serie de obligaciones que se establecen en el Manual para la creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España, pero también una serie de ventajas que les reportarán importantes beneficios no solo el poder formar parte de la plataforma Web y las diferentes acciones promocionales que se realicen, lo que ahorrará costes de comercialización y mayores ingresos, sino que también permitirá reforzar la imagen de los productos, experiencias y servicios que ofrezcan individualmente cada una de las empresas, organizaciones y actividades vinculadas a la Red de manera colectiva, al garantizar la pertenencia a la misma unos criterios homogéneos de calidad, así como aprovechar las sinergias que se puedan crear entre sus miembros.

El proyecto, que se ha adjudicó en mayo de 2023, debe cumplir y ceñirse a toda una serie de indicadores de desarrollo y de impacto, que han sido avalados por los técnicos del Ministerio de Industria y Turismo y que siguen las directrices de la Unión Europea, por lo que se trata de una iniciativa completamente viable, y que una vez concluida, deberían ser los ministerios de Pesca y Turismo, administraciones locales y autonómicas, así como las organizaciones pesqueras, cofradías y GALPA los que lideren la Red de Turismo Pesquero para darle continuidad al proyecto y sumar nuevos socios.

Durante esta fase inicial de creación y puesta en marcha de la Red de Turismo Pesquero de España, el proyecto no puede sumarse a otras iniciativas, puesto que las características del concurso del Ministerio de Industria y Turismo por el que se financia esta acción lo impide, ya que se deben cumplir con unos indicadores de desarrollo e impactos muy estrictos, aunque los miembros fundadores de la Red y promotores del proyecto estamos abiertos a cualquier otro tipo de colaboración porque entre sus pilares está el ser una iniciativa integradora.

Por todo ello, es el momento de establecer una estrategia que implique al propio sector pesquero y acuícola y se les facilite las herramientas, así como los conocimientos necesarios para llevar a buen puerto estas iniciativas, enmarcadas en la economía azul, y que es la finalidad última de este proyecto, que pretende, a su vez, una estrecha colaboración con los ministerios de Pesca y Turismo, así como con las organizaciones pesqueras, acuícolas, cofradías y GALPA.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

No obstante, de nada sirve contar con estrategias, planes y financiación, si no se cuenta con la implicación de los propios pescadores, y del sector en general, y se les demuestran con hechos que este tipo de actividades, enmarcadas en la economía azul, les resultarán beneficiosas.

Un factor determinante es que las actividades y servicios que se ofrezcan, aunque sean muy diferentes, deben contar con una serie de atributos, en consonancia con las directrices de la economía azul, que convierta a toda la oferta en un producto único y que se identifique de forma fácil y sencilla.

1.- Autenticidad e Identidad

Para dar un carácter de autenticidad se debería contar solo con todas aquellas experiencias turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar, así como todas aquellas actividades vinculadas directamente con el mundo de la pesca, lo que le imprimirá un carácter de autenticidad, ya que quedarían excluidas el resto de las experiencias que no cumplan con este requisito.

2.- Tradición y Costumbres marineras

La necesidad de dar a conocer las tradiciones marineras es un imperativo si se pretende que no caigan en el olvido y desaparezcan.

3.- Patrimonio material

Poner en valor todos aquellos elementos turísticos que se pueden encontrar en las zonas donde se ejerce la actividad pesquera y acuícola, como los monumentos o construcciones características, y que tienen una vinculación directa con el mundo del mar.

4.- Naturaleza

La riqueza paisajística del territorio donde se ejerce la actividad pesquera ofrece la posibilidad a los turistas de disfrutar no solamente de la naturaleza de estas zonas, sino también de la fauna que habita en ellas y que en muchas ocasiones estas experiencias tienen lugar en parques naturales o zonas protegidas con un gran valor medioambiental.

5.- Sostenibilidad

Todos los productos y servicios que se ofrezcan deben ser respetuosos con el entorno y los recursos. Las actividades deberían poder definirse como aquellas que pueden mantenerse de

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

forma indefinida sin comprometer la viabilidad de las de las especies que se capturan y sin ejercer un impacto negativo sobre el ecosistema. En definitiva, un modelo responsable y sostenible.

6.- Transmisión de conocimientos y valor educativo

Las experiencias que se ofrezcan deben tener un alto valor educativo, presentando la cultura y las formas de vida ligadas a la pesca y al mar como núcleo de motivación. Además, son una oportunidad única que permite dar a conocer la cultura y costumbres marineras, que corren un grave riesgo de desaparecer. La mayoría de los niños y niñas actuales solo conocen de la pesca las barritas de merluza que venden en los supermercados, por lo que estas experiencias tienen un alto valor educativo y medioambiental.

7.- Digitalización

Los pescadores y mariscadoras deberían adoptar tecnologías digitales para mejorar sus procesos internos, la experiencia del cliente y la entrega de las actividades que ofrezcan.

8.- Accesibilidad universal

Las diferentes actividades que se ofrezcan deberían apostar por criterios de accesibilidad universal, por lo que deben diseñarse de manera que se puedan utilizar por todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas.

9.- Igualdad de género

La promoción de la igualdad de género deberá ser un esfuerzo continuo y las políticas derivadas de las mismas tendrán que estar presentes en todas las acciones que se realicen, así como en actividades que se ofrezcan. El papel de la mujer, que hasta ahora ha tenido un rol secundario, principalmente en el mundo de la pesca profesional, debe reforzarse ahora que existe un nicho de oportunidad aún por ocupar, y que está relacionado con el emprendimiento y gestión de estas nuevas experiencias.

10.- Protocolos LGTBI+

La lucha por los derechos de las personas del colectivo LGTBI+ ha llevado al desarrollo de varios protocolos destinados a promover la igualdad y la no discriminación. Es fundamental destacar que el cumplimiento efectivo de estos protocolos depende en gran medida del compromiso de la

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

sociedad en su conjunto, por lo que deben ser tenidos en cuenta por los gestores directos de las experiencias.

En definitiva, estas actividades con pescadores y mariscadoras, por citar algunos de los principales colectivos, son un modelo de turismo diferente, que acerca al viajero a la comunidad local, que es el tipo de experiencias que actualmente se buscan, ya que se trata de actividades auténticas y reales.

A su vez, estas nuevas experiencias reducen el esfuerzo pesquero porque al pescador le compensa económicamente llevar menos redes para dejar sitio en el barco a los turistas o pescar menos horas para adaptar un poco los horarios a dichos visitantes.

Por ello, este tipo de actividades mejorarán las condiciones de vida de los pescadores tradicionales, proporcionándoles unos ingresos extra frente a la disminución de las capturas y creando nuevas expectativas que permiten la incorporación de los más jóvenes a un sector muy envejecido y sin relevo generacional en el horizonte.

Toda lo expuesto hasta ahora se quedaría en una mera exposición de principios, si no se cuenta con los y las profesionales del mar que deben contar con una formación adecuada, para poder transmitir la información correctamente en las diferentes experiencias que se comercialicen a través de la Red de Turismo Pesquero de España.

4.2.- Resumen y ejemplos de las experiencias que forman parte de la Red

❖ 1.- Turismo Pesquero a bordo

➤ Pesca-turismo

Excursiones con pescadores profesionales en su jornada habitual. Las excursiones se ajustan al horario de los pescadores, por lo que pueden durar desde 5 horas a 12 horas, con comida o sin comida a bordo. Cada barco que realiza la actividad es una experiencia diferente.

Por ejemplo, hay una excursión en Sanxenxo para la pesca del pulpo en verano que es de 10:30 de la mañana a 3 de la tarde, que es una delicia gastronómica. Para desayunar el pescador da empanada gallega con un refresco o cerveza y la comida son 2 nécoras por persona, raciones de pulpo a la gallega sin límite, acompañados de vino albariño.

En Mallorca o Xávea se encuentran excursiones en barcos de arrastre, que duran 12 horas, en las que, además de ayudar a seleccionar el pescado que se acaba de recoger con las redes, con las capturas puedes comer desde una paella a una fideuá o el plato típico de cada zona, e incluso puedes ayudar a los pescadores a prepararlo y aprender la receta.

En este sentido es muy importante destacar el papel que están teniendo determinados GALPA, como es el caso de uno de los socios fundadores de la Red, en concreto Ader La Palma, que ha logrado que dos barcos de artes menores, los primeros de Canarias estén realizando ya la actividad.

➤ Turismo marinero o Demostraciones de pesca

En esta categoría existen multitud de experiencias que se comercializan en muchos puntos del litoral español.

Por un lado, la mayoría de las comunidades autónomas han regulado las actividades de pesca-turismo y turismo marinero o Demostraciones de pesca, por lo que los mismos pescadores profesionales pueden organizar excursiones fuera de su horario habitual de pesca para hacer

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

demostraciones de pesca con las diferentes artes, avistar delfines, mostrar lugares de alto valor paisajístico o difundir la cultura y costumbres marineras.

En Mallorca algunos pescadores que realizan este tipo de actividades están teniendo mucho éxito con experiencias centradas en el avistamiento de delfines. Incluso, los barcos de arrastre, que son un auténtico imán para estos animales, llegan a un acuerdo con una segunda embarcación para que los turistas puedan presenciar la subida de las redes y ver también los delfines.

En otro grupo se encontrarían los barcos que no son propiamente pesqueros, pero que realizan experiencias vinculadas a la pesca o la acuicultura en el mar, como las actividades de otros de los socios fundadores de la Red, como es Turismo Marinero de Murcia, que hace una excursión para ver cómo los pescadores faenan para terminar con una visita a la Lonja; u Ociomar en Torrevieja que hace una experiencia similar con visita a los caladeros y a la vuelta muestran el puerto pesquero, coincidiendo con la llegada de los barcos de cerco y la descarga de pescado, para concluir con una tapa de pescaíto frito y asistir a la subasta de pescado en la Lonja.

Son múltiples y muy diversas las experiencias de este tipo que podemos encontrar en todo el país. Desde visitas a las bateas de mejillones en Galicia o una excursión nocturna en Redondela para presenciar la pesca de la sardina.

❖ 2.- Turismo pesquero o marinero en tierra

➤ Marisqueo a pie

El mayor exponente del marisqueo a pie lo encontramos en Galicia. Allí las mariscadoras de Cambados, Carril o Redondela, entre otras, además de explicar todo el proceso del marisqueo, concluyen con una demostración práctica en la que los turistas pueden unirse a ellas para recoger en la playa almejas, berberechos o navajas con los mismos utensilios que estas profesionales del mar utilizan.

Por ejemplo, entre el marisqueo y el acuiturismo, podemos encontrar una experiencia muy singular como son los corrales de pesca en Rota y Chipiona, y que se trata de una práctica milenaria. Es una construcción de cercos de piedra, compuesta por varas, ramas o redes, que

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

actúa como trampa para peces al quedar sumergida durante las mareas altas e impidiendo la huida de estos cuando se inicia la bajamar, y que ya realizan rutas turísticas que finalizan con la visita a un centro de interpretación. Actualmente, principalmente estás dirigidas a escolares

➤ Oficios del mar

En este apartado entrarían las visitas a actividades cuyo eje son los oficios marineros. Uno de los más conocidos son las visitas a los talleres de rederas, también en Galicia, y que en muchas ocasiones también está asociadas a las rutas del marisqueo, puertos pesqueros o visitas a barrios marineros.

➤ Rutas marineras en tierra

Se trata de actividades turísticas que se desarrollan para conocer la cultura marinera y sus lugares vinculados, como pueden ser lonjas, barrios marineros o puertos pesqueros, entre otros muchos.

La actividad más común es visitar el puerto pesquero con explicación de las artes de pesca, ver el desembarco del pescado y asistir a la subasta de la lonja. Esta actividad se desarrolla con gran éxito en numerosos puntos del litoral español, además de en Torrevieja o San Pedro del Pinatar, podemos encontrarla en Villajoyosa, Sanlúcar, Isla Cristina o Donostia por citar solo algunas. Además, muchas excursiones de pesca-turismo, turismo marinero o rutas de mariscadoras suelen concluir con una visita a la Lonja.

➤ Actividades socioculturales

Aquí podemos encontrar multitud de ejemplos repartidos por toda la geografía. Desde exposiciones, centros de interpretación, visitas a faros y museos o incluso lonjas, como la de Mazarrón, que se ha convertido también en un espacio expositivo, gracias a un proyecto de Galpemur.

El ejemplo más conocido es el Museo de la Pesca de Palamós, otro de los socios fundadores de la Red y que es un referente nacional e internacional, y que va más allá de lo que es un centro de expositivo, ya que también, entre otras muchas actividades, celebra talleres experienciales

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

para difundir el patrimonio cultural del litoral y hasta desarrolla actividades dedicadas a la gastronomía marinera: showcooking, talleres, degustaciones, conferencias, etc.

También encontramos actividades transversales, como las que organiza otro de los socios fundadores, la Fundación Expomar con sede en Burela (Galicia), que organiza diversas experiencias a lo largo de todo el año, como jornadas de promoción de consumo de pescado, educativas, con escolares, gastronómicas.... Destacamos 3 eventos de gran prestigio como la Feria Monográfica Náutico Pesquera, las Jornadas Técnicas o el Encuentro Empresarial. Además, colabora con la organización de la Feria del Bonito de Burela, un auténtico referente a nivel nacional. Estos eventos consolidan a la Fundación Expomar como un claro referente para el sector, ya que sus diferentes actividades contribuyen al desarrollo del sector pesquero y ejercen como un auténtico foro de debate, donde se abordan las principales problemáticas y las nuevas oportunidades para su crecimiento.

➤ Comercialización de productos pesqueros y acuícolas

Además de las visitas a las lonjas para observar el tratamiento del pescado, cómo se pesa, se etiqueta y la preparación de la puja, podemos encontrar en esta categoría aquellas instalaciones donde se desarrollan y se dan a conocer actividades vinculadas al mundo del mar como pueden ser conserveras, salineras o salazones.

Por ejemplo, en Punta Umbría o Isla Cristina se pueden visitar las salinas, que, además de dar a conocer un oficio artesanal excepcional como es la producción de sal marina virgen, incluyen una ruta por este increíble paraje natural y disfrutar de múltiples actividades como el avistamiento de aves. Estas actividades forman parte del Club de Producto Huelva Marinera, que es un proyecto de otro los socios fundadores de la Red, en concreto del Consorcio de Turismo Sostenible de la Costa Occidental de Huelva.

También encontramos experiencias singulares, como es el caso de la empresa de Tarifa JC MACKINTOSH, que tiene una sala especialmente acondicionada para ver ronqueos en vivo, que es el despiece tradicional a mano del atún rojo y dónde, además, explican su innovadora forma de pescarlo, que se basa en capturarlo sin que el pez sufra estrés, lo que, a su vez, mejora su sabor. También cuentan con espacio dentro de sus instalaciones para comercializar al público, en general, los productos derivados de su actividad.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

➤ Actividades gastronómicas

España se distingue principalmente por su riqueza gastronómica y especialmente por toda aquella vinculada al mundo de la pesca, el marisqueo, la acuicultura y, en definitiva, principalmente al mar.

Actualmente este patrimonio gastronómico está adquiriendo un gran potencial y son cada vez más las poblaciones con flota pesquera que celebran ferias gastronómicas: el atún en muchos municipios del Golfo de Cádiz, la feria de la gamba en Garrucha, el pulpo en Galicia, el Bonito en Burela... Los ejemplos a los largo de toda nuestra geografía son innumerables.

También tienen cabida en este tipo de experiencias las degustaciones en los propios barcos de pesca, como la que antes hemos citado de Sanxenxo, pero en esta categoría también encontramos talleres de cocina marinera y showcooking.

Por ejemplo, en Villajoyosa Ociomar comercializa una ruta que incluye, además de la visita al puerto pesquero, poder comprar una selección de pescado en la subasta de la Lonja y un cocinero te muestra en un taller de cocina cómo preparar y cocinar un suquet de peix, que es una sopa de pescado tradicional de la localidad, y que concluye degustando este exquisito plato, que has preparado tú mismo, acompañado de gambas blancas, mariscos y dos tapas tradicionales. También son muy conocidos los showcooking y talleres de cocina que celebra el Museo de Palamós en su Espai del Peix.

Pescaturismo, otro de los socios fundadores de la Red, organiza una ruta de pesca-turismo con un pesquero de artes menores de Menorca, pero en este caso el turista se embarca con el pescador para ver cómo se pesca la langosta y la experiencia concluye comiendo la tradicional caldereta de langosta, que acabas de capturar, en un restaurante asociado, pudiendo participar en su preparación.

❖ 3.- Acuiturismo

Las experiencias más conocidas de la categoría de Acuiturismo son las visitas a piscifactorías, pero también podemos encontrar experiencias singulares como la que desarrolla una empresa

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

de Tarragona, que, en su criadero de atunes rojos en el mar, te permite nadar o hacer snorkel entre estos peces.

En esta categoría también entrarían muchas de las actividades que se desarrollan en el interior del país, concretamente en ríos, lagos o pantanos, ya que la Red de Turismo Pesquero no se circunscribe únicamente a las experiencias que tienen lugar en el litoral.

❖ 4.- Comercios marineros

En esta categoría podemos encontrar todos aquellos establecimientos comerciales especializados en productos o artículos relacionados con la actividad pesquera, marinera y acuícola.

Son muchos los que existen, pero por poner un ejemplo destacaríamos la asociación de redeiras ATALAIA en el puerto pesquero de A Guarda en Galicia, que además de dar a conocer su oficio, hacen y comercializan verdaderas joyas artesanales con el material de las redes y otras artes de pesca.

❖ 5.- Restaurantes marineros

Además de todos los ejemplos que hemos citado anteriormente, podemos destacar una tendencia que cada día cobra más fuerza y está directamente vinculada a las cofradías de pescadores o productores y a la restauración. Las remodelaciones de algunas lonjas pesqueras que se están realizando en los últimos años ya incluyen un restaurante anexo, donde puedes comer el pescado que se acaba de subastar en la Lonja.

Uno de los más conocidos por ser un templo gastronómico nacional e internacional es la organización de productores de pescado de Guipúzcoa, OPEGUI, que cuenta con bar y restaurante, conocido como la Kofradia, en San Sebastián, y donde puedes degustar desde los tradicionales pinchos, hasta un menú degustación con 8 platos. Todos ellos con pescados de temporada y capturados el mismo día. Además, también imparten cursos de cocina en el marco de una iniciativa más amplia que abarca todo tipo de actividades vinculadas al mundo del mar.

También existen proyectos singulares y diferenciadores, como el de uno de socios fundadores de la Red, Abica, que es un importante grupo de restauración y que algunos de sus

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

establecimientos más conocidos se inspiran en las antiguas tabernas portuarias del norte de España y que han sido restaurados y remodelados en este sentido.

❖ 6.- Alojamientos marinos

Entre los establecimientos que entrarían en esta categoría hay que cumplir toda una serie de requisitos, ya que su seña de identidad debe ser la cultura y costumbres marineras y acuícolas. A lo largo de la geografía española podemos encontrar varios ejemplos, como el de un pequeño hotel con 8 habitaciones en el Puerto de Mazarrón, inspirado en el mar y la cultura marinera. Además de la tematización del propio edificio, acoge todo tipo de eventos y actividades diseñadas para acercar a los huéspedes al sector de la pesca, como son talleres, cursos y charlas. También es un proyecto de Galpemur.

El otro ejemplo no se trata de ningún alojamiento, pero merece la pena destacarlo por su singularidad. Los dos barcos de arrastre de Jávea, que realizan la actividad de pesca-turismo, permiten pasar la noche anterior a la excursión dentro de la embarcación en las mismas literas en las que habitualmente descansan los marineros.

❖ 7.- Agencias especializadas y Clubes de Producto

El último bloque lo configurarían las agencias especializadas en comercializar este tipo de actividades. Desde Pescaturismo, que comercializa estas experiencias en toda España, hasta Ociomar en la Comunidad Valenciana, Bluscus en Galicia o Turismo Marinero en Estepona, por citar algunos ejemplos.

Entre los Clubes de Producto está el de Turismo Marinero de Huelva, que ya antes hemos citado, y por ejemplo ahora el Gobierno canario está desarrollando una iniciativa similar, denominada “Buenamar Canarias”.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

4.3.- Sinergias entre las diferentes experiencias que conforman la Red

Existen cientos de actividades e incluso más categorías de las descritas a modo de ejemplo, que crean sinergias entre ellas, con diferentes redes de actores que colaboran entre sí, creando nuevos productos turísticos en los que se fusionan excursiones de pesca-turismo, turismo marinerero o rutas con mariscadoras con ofertas gastronómicas, artesanales o socioculturales, por citar solo algunas, en el marco de la economía colaborativa. Todo ello enriquece las experiencias que se pueden realizar y ofrecer a los turistas, que es uno de los objetivos principales por los que se crea la Red de Turismo Pesquero de España

4.4.- PowerPoint de presentación de la Red de Turismo Pesquero de España

Este Manual de la Red de Turismo Pesquero de España cuenta con un PowerPoint, que figura como un Anexo, como un elemento esencial del Discurso de la Red, ya que permite de forma sencilla y visual la comprensión más fácil de esta iniciativa a efectos de comunicación y presentaciones.

Además, está concebido para que pueda ser adaptable a los diferentes públicos o colectivos a los que nos podemos dirigir en cada momento o las peculiaridades territoriales donde se realicen las presentaciones, ya que permite múltiples opciones de personalización, así como de modificación de las imágenes y textos.

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



La Red de Turismo Pesquero de España tiene como fin la promoción exterior del turismo pesquero y acuícola como nueva marca de España



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA



La Red, que está fundada por 8 empresas y entidades públicas, se presentó públicamente en el IV Foro de Turismo Marítimo de Huelva, con la presencia de las principales autoridades de los ministerios de Turismo y de Pesca, así como de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores y Cepesca, entre otros

La Red es un proyecto de la Secretaría de Estado de Turismo que está financiado con fondos del programa de la Unión Europea Next Generation

Todas las actividades turísticas desarrolladas por los y las profesionales del mar en España

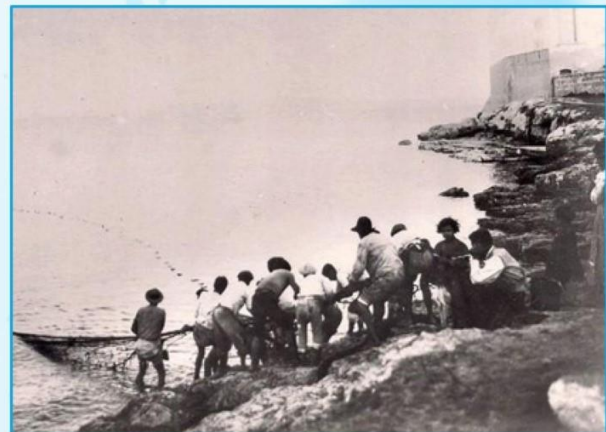


MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

El objetivo es crear un nuevo producto turístico a nivel nacional y con proyección internacional a través de una plataforma WEB



Proyecto de interés público sin interés comercial



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Clasificación de actividades

| Grupos | Categorías | Definición | Características | Sitios | Realización |
|--------------------------|---------------|--|--|---|---|
| TURISMO PESQUERO A BORDO | PESCA-TURISMO | Excursiones en barcos de pesca con pescadores profesionales durante su jornada de pesca habitual | <ul style="list-style-type: none"> Conocer, observar y participar en labores cotidianas de una jornada de pesca que no entrañen peligro Conocer las especies de peces Conocer los artes de pesca, las partes de un barco, las maniobras de un barco... Conocer el medio en el que se realiza la actividad y los valores paisajísticos y medioambientales Conocer medidas de sostenibilidad y buenas prácticas pesqueras Posibilidad de degustar productos pescados durante la jornada y participar en su elaboración | <ul style="list-style-type: none"> Esta experiencia puede complementarse con visitas al puerto pesquero, a la larga y concluirles en un restaurante. | <ul style="list-style-type: none"> Profesionales del sector pesquero en sus embarcaciones de pesca |

Cuadro de requisitos

| | |
|--|------------------------------|
| Grupo: Turismo pesquero a bordo | |
| Categorías: Pesca-turismo y Turismo Marítimo para embarcaciones pesqueras | |
| Título del servicio: | |
| Nombre de la embarcación: | |
| Matriculada: | Puerto base: |
| Localización de la actividad: | |
| Provincia: | Email: |
| Teléfono de la actividad: | Web: |
| Persona de contacto: | Teléfono de contacto: |
| Descripción de la actividad de pesca-turismo (máximo 5 líneas): | |
| | |

Presupuesto

534.879€

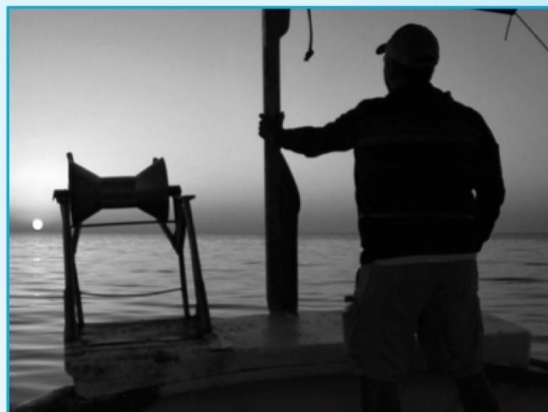


Finalización

Junio de 2025

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Proyecto integrador



Resumen de las actividades que forman parte de la RED

1

Turismo pesquero a bordo

Pesca-turismo
Turismo marinero

2

Turismo pesquero o marinero en tierra

1. Marisqueo a pie
2. Oficios del mar
3. Rutas marineras en tierra

3

Acuiturismo

4. Actividades socioculturales
5. Comercialización de productos pesqueros y acuícolas
6. Actividades gastronómicas

4

Comercios marinos

5

Restaurantes marinos

6

Alojamientos marinos

7

Agencias especializadas y Clubes de Producto

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

1. TURISMO PESQUERO A BORDO

PESCATURISMO

Excursiones con pescadores profesionales en su jornada habitual



Delicia gastronómica en la excursión para la pesca del pulpo en Sanxenxo



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

En las excursiones en barcos de arrastre de Mallorca o Jávea puedes comer desde una paella hasta una fideuá con los pescadores



El papel de los GALPA en la diversificación pesquera y acuícola



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

TURISMO MARINERO

Los pescadores pueden organizar excursiones fuera de su horario habitual:

- Avistamiento de delfines
- Visita a lugares de alto valor paisajístico
- Difusión de la cultura y costumbres marineras
- Demostraciones de pesca



Turismo Marinero de Murcia



Excursión para ver faenar a los pescadores y visita a la lonja.



Visita a caladeros, puerto pesquero, degustación de pescaíto frito y asistencia a la subasta de pescado en la Lonja al regreso

Ociomar de Torrevieja

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Visita a las bateas de mejillones en Galicia y Excursión nocturna en Redondela para ver la pesca de la sardina



2. TURISMO PESQUERO O MARINERO EN TIERRA

Marisqueo a pie



Mariscadoras de Cambados, Carill o Redondela explican todo el proceso del marisqueo con demostraciones prácticas a los turistas



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Corrales de Pesca en Rota y Chipiona



Oficios del mar



Visitas centradas en oficios marineros, como los reconocidos talleres de redeiras



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Rutas marineras en tierra

Son actividades turísticas diseñadas para explorar la cultura marinera y sus lugares asociados, como lonjas, barrios marineros y puertos pesqueros, entre otros



Actividades socioculturales

Desde exposiciones y centros de interpretación hasta visitas a faros, museos y lonjas, como la del Puerto de Mazarrón



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

El Museo de la Pesca de Palamós, uno de nuestros socios, transmisor del patrimonio inmaterial del mar a todos los niveles



Encontramos actividades transversales, como las organizadas por otro de nuestros socios, Fundación Expomar de Burela en Galicia, con encuentros empresariales, muestras artesanales, pesqueras y gastronómicas



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Comercialización de productos pesqueros

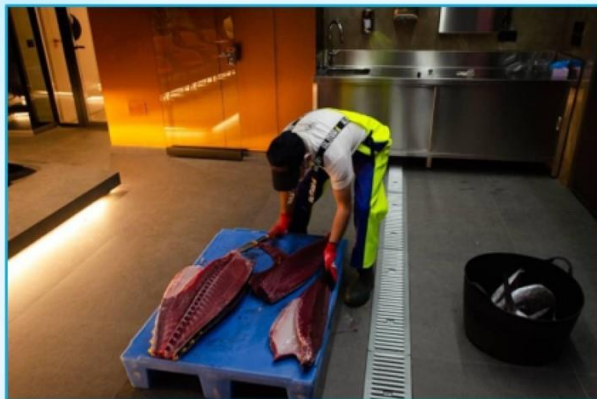
Ejemplo de 2 actividades que forman parte del Club de Producto Huelva Marinera, otro de nuestros socios:



Visita a las salineras con rutas para el avistamiento de aves e incluso balneario



Otro ejemplo: JC MACKINTOSH, con una sala acondicionada para ver ronqueos en vivo en Tarifa



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Actividades gastronómicas

Innumerables ejemplos de ferias dedicadas al patrimonio gastronómico pesquero



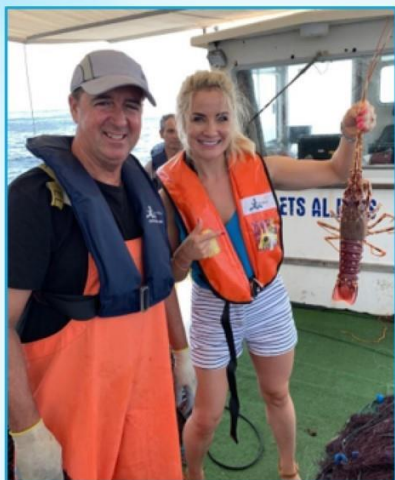
Talleres de cocina y Showcooking



Degustaciones en los barcos de pesca

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

En Menorca, el turista acompaña a pescar la langosta y la experiencia concluye en un restaurante asociado comiendo la tradicional "caldereta"



3. ACUITURISMO



**Visitas a piscifactorías, nadar en criaderos de atunes en el mar.
Actividades desarrolladas en ríos, lagos o pantanos**

MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

4. COMERCIOS MARINEROS

La Asociación de Redeiras ATALAIA de A Guarda en Galicia comercializan joyas artesanales con el material de las redes y otras artes



5. RESTAURANTES MARINEROS

La restauración que se desarrolla en locales anexos a las lonjas, directamente vinculada a las cofradías de pescadores, es una tendencia que cobra fuerza



Por ejemplo, la Kofradia en Donostia

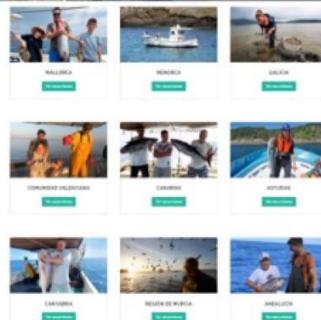
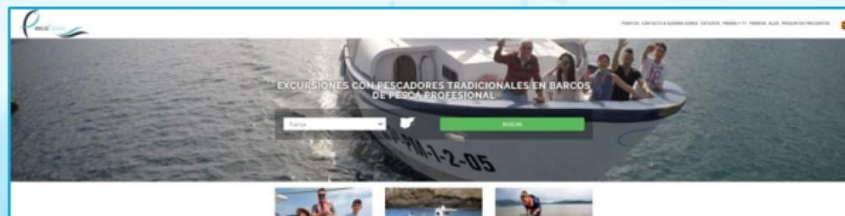
MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

6. ALOJAMIENTOS MARINEROS

Desde un pequeño hotel en el Puerto de Mazarrón que acoge todo tipo de eventos del sector de la pesca hasta poder dormir en los barcos en Jávea



7. AGENCIAS ESPECIALIZADAS Y CLUBES DE PRODUCTO



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

SINERGIAS Y ECONOMÍA COLABORATIVA



ESTREGIAS DE LA ECONOMÍA AZUL



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Unos valores alineados con la Economía Azul



Un tipo de turismo diferente que acerca a los viajeros a la comunidad local



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Experiencias reales y auténticas para todos los públicos



Reducción del esfuerzo pesquero



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Relevo generacional



La importancia de la formación



MANUAL DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

Códigos de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible

- Manual de la Red de Turismo Pesquero de España
- Guía formativa sobre la actividad de pescaturismo
- Guía formativa sobre la actividad de turismo marinerero en barco
- Guía formativa sobre la actividad de marisqueo a pie
- Guía formativa sobre las actividades, servicios o productos vinculados a las rutas marineras y pesqueras en tierra (lonjas, puertos, faros, barrios marineros...), y oficios del mar
- Guía formativa sobre las actividades socioculturales
- Guía formativa sobre la actividad de Acuicultura
- Guía formativa sobre las actividades gastronómicas y restaurantes marineros
- Guía formativa sobre las actividades vinculadas a la comercialización de productos pesqueros y comercios marineros
- Guía formativa sobre protocolos de sostenibilidad
- Guía formativa sobre protocolos de digitalización
- Guía formativa sobre protocolos de igualdad de género y LGTBIQ+
- Guía formativa sobre protocolos de accesibilidad universal
- Guía formativa sobre un Código de buenas prácticas en turismo responsable y sostenible
- Estudio sobre "Problemas y soluciones para incorporar al sector pesquero y acuícola al turismo pesquero"

La Economía Azul, una gran oportunidad para el sector pesquero y acuícola



**MUCHAS GRACIAS
POR VUESTRA
ATENCIÓN**

