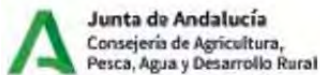




PESCA TURISMO Y DIVERSIFICACIÓN PESQUERA EN EL GOLFO DE CÁDIZ



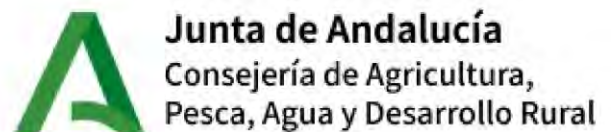


“PESCA TURISMO Y DIVERSIFICACIÓN EN EL GOLFO DE CÁDIZ”

Línea de ayuda: Ayudas en el marco de las estrategias de desarrollo local participativo en las zonas pesqueras de Andalucía.

Proyecto cofinanciado por el Programa Operativo del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca 2014-2020:

- 85% por el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP)
- 15% por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.



Autor: Pepe Martínez, CEO de Pescaturismo
Edición y maquetación: Miguel Comeche
Lugar: Golfo de Cádiz. Septiembre de 2022

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



1. Introducción	5		
2. Las diferentes definiciones y modalidades de turismo azul	7		
2.1. Turismo a bordo: Pesca-turismo/Turismo marinero en barco	8		
2.2. Turismo Marinero en tierra:	9		
2.3. Turismo Acuícola:	9		
2.4. Otros servicios:	10		
2.5. Paquete de turismo pesquero	10		
3. Análisis de la normativa	11		
3.1. Normativa nacional / Real decreto	12		
3.1.1 Solicitud	12		
3.1.2 Título habilitante	13		
3.1.3 Número de Turistas	13		
3.1.4 Limitaciones:	13		
3.1.5 Requisitos de Habitabilidad	14		
3.1.6 Elementos de Salvamento (chalecos y balsas):	14		
3.1.7. Botiquín suplementario tipo Balsa	15		
3.1.8. Seguro	15		
3.1.9. Documentación a bordo:	15		
3.1.10. Tributación e IVA:	15		
3.1.11. Venta de pescado	15		
3.2. Normativa de la Junta de Andalucía	15		
3.2.1. Actividades amparadas	16		
3.2.2. Objeto y finalidad de las actividades	16		
3.2.3. Personas y entidades que pueden desarrollar las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero y turismo acuícola	16		
3.2.4. Requisitos previos para el ejercicio de la actividad de pesca-turismo, turismo marinero y acuícola desde embarcaciones	19		
3.2.5. Condiciones de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero, y turismo acuícola desde embarcaciones	19		
3.2.6. Condiciones de las actividades de turismo marinero y acuícola en tierra	20		
3.2.7. Condiciones de las Demostraciones de pesca	20		
3.2.8. Condiciones de comercialización de los productos pesqueros y acuícolas	20		
3.2.9. Declaración responsable para obtener la autorización	21		
3.2.10. Distintivo identificativo de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero y turismo acuícola	22		
3.2.11. Seguimiento y control de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero y turismo acuícola	22		
3.2.12 Creación del Registro de Diversificación Pesquera y Acuícola de Andalucía.	23		
3.2.13 Medidas para el fomento de las actividades (Ayudas financieras)	23		
3.3. Ministerio de Transición Ecológica	23		
3.3.1. Solicitud firmada	23		
3.3.2. Declaración jurada	24		
3.3.3. Documento explicativo	24		
3.3.4. Autorización	24		
4. Guía para obtener la autorización de pesca-turismo	25		
4.1. Documentación ante Capitanía	26		
4.2. Comprobaciones de Capitanía	27		
4.3. Inspección del barco	29		
4.4. Subsanaación de deficiencias	31		
4.5. Certificado de cumplimiento de Capitanía	31		
4.6. Seguro	31		
4.7. Junta de Andalucía	32		
4.8. Despacho de Buques	32		
4.9. Distintivo identificativo de las actividades de pesca-turismo	33		
4.10. Comunicación a Capitanía de los turistas embarcados	33		
4.11. Memoria anual ante la Junta de Andalucía	33		
5. Inversiones para realizar las actividades	35		
5.1. Inversiones necesarias para la entrada y desarrollo de esta actividad en embarcaciones pesqueras	36		
5.1.1. Elementos de seguridad	36		
5.1.2. Elementos de habitabilidad	37		
5.1.3. Seguros	37		
5.1.4. Prueba de estabilidad	37		
5.1.5. Revisiones anuales	37		
5.1.6. Gastos totales	37		
5.1.7. Documentación	38		
5.2. Inversiones para realizar la actividad en tierra	38		



6. Análisis de situación y perspectivas de futuro	39	9. Plan de marketing	83
6.1. Situación actual	40	9.1. Estudio de Mercado	84
6.2. Perspectivas de futuro por modalidades de pesca	45	9.1.1. Coyuntura turística	85
6.2.1. Pesca de Arrastre	45	9.1.2. Segmentos de mercado	90
6.2.2. Pesca de Cerco	46	9.2. Clientes potenciales	91
6.2.3. Almadrabas	46	9.3. Gestión de clientes	92
6.2.4. Dragas Hidráulicas y de Rastro	46	9.4. La competencia	94
6.2.5. Artes menores / Trasmallo	47	9.5. Estrategias de marketing	95
6.2.6. Artes menores / Pulpo	47	9.5.1. Estrategias con el sector turístico	95
6.2.7. Marisqueo a bordo	47	9.5.2. Estrategias con las diferentes administraciones	96
6.2.8. Marisqueo a pie	48	9.5.3. Estrategias en Internet	97
6.2.9. Corrales de pesca	48	9.5.4. Estrategias de comunicación	97
6.3. Perspectivas de futuro de las lonjas	49	9.6. Canales para la comercialización	97
6.4. Perspectivas de futuro por puertos pesqueros	49	9.6.1. Comercialización con medios propios	98
		9.6.1.1. Página web	98
		9.6.1.2. Redes sociales	102
		9.6.2. Canales de venta física	105
		9.6.3. Canales de comercialización a través de terceros	106
7. Diseño de actividades y precios de comercialización	59	9.7. Publicidad	106
7.1. Excursiones de pesca-turismo	61	9.7.1. Publicidad online	106
7.1.1. Excursión de pesca-turismo en artes menores	61	9.7.2. Publicidad offline o física	108
7.1.2. Excursión de pesca-turismo en barcos de arrastre	64	9.7.3. Merchandising	109
7.1.3. Excursión de pesca-turismo en barcos de cerco	65		
7.1.4. Excursión de pesca-turismo a Almadrabas	66	10. Guía de empresas	111
7.2. Excursiones de turismo pesquero o marinero en barco	67	10.1. Comercialización a través de empresas especializadas del sector	112
7.2.1. Excursión de turismo marinero en artes menores	67	10.2. Portales turísticos de interés	114
7.2.2. Excursión de turismo marinero desde una segunda embarcación	68	10.3. Comercialización a través de tour operadores	115
7.2.3. Excursiones de turismo marinero en arrastre y cerco	69	10.4. Comercialización por medios propios	116
7.2.4. Excursiones para ver delfines asociadas a barcos de arrastre y de cerco	69	10.5. Documentación de Capitanía Marítima	120
7.3. Excursiones de turismo marinero en corrales de pesca	70	10.6. Pruebas de estabilidad	121
7.4. Excursiones de turismo marinero en tierra / Visita a las lonjas	71	10.7. Formación	122
7.5. Excursiones de turismo acuícola con mariscadores	72		
		11. Posibles vías de Financiación	125
8. Análisis de ingresos y rentabilidad		11.1. Ayudas a través de proyectos de los G ALP	127
8.1. Artes menores	74	11.2. Fondos europeos a través de la Junta de Andalucía	129
8.2. Arrastre y Cerco	78		
8.3. Mariscadores y corraleros	80	12. DAFO	131
8.4. Visitas a la Lonja	81		



13. Análisis estratégico 137

13.1. Grupos prioritarios	138
13.2. Población beneficiaria	139
13.3. Impacto sobre la mejora de la calidad de vida y del bienestar social	140
13.4. Impacto ambiental	140
13.5. Impacto sobre el aprovechamiento y puesta en valor del patrimonio marítimo y pesquero	143
13.6. Actividad innovadora en el territorio	144
13.7. Mejora de conocimientos TIC	144
13.8. Objetivos estratégicos de la Unión Europea	145

14. Formación 147

14.1. Turismo marinerio en tierra	148
14.2. Pesca-turismo en embarcaciones	153
14.3. Operaciones en la embarcación pesquera	159
14.4. Venta de productos y/o servicios	161
14.5. Intervención en caso de accidente o situación de emergencia	166
14.6. Emergencias y normas de seguridad en el trabajo	170
14.7. Comunicación en lengua inglesa	172

ANEXOS 177

1. Formulario de la declaración responsable de la Junta de Andalucía	178
2. Distintivos de la Junta de Andalucía para las actividades de pesca-turismo, turismo marinerio y acuícola	181
3. Autorización administrativa para la observación recreativa de cetáceos	182
4. Ejemplo de solicitud para Capitanía Marítima	183
5. Ejemplo de Declaración Responsable	184
6. Ejemplo de Charlas de seguridad en español e inglés	187
7. Documentos complementarios sobre la seguridad a bordo de un barco de pesca	189
8. Ejemplos de planos con la disposición de los turistas en un barco de artes	190
9. Ejemplo de cuadro orgánico para 3 tripulantes adaptado a pesca-turismo	192
10. Ejemplo de certificado de cumplimiento de Capitanía	195
11. Ejemplo de certificado de seguro para Capitanía	198
12. Ejemplo del certificado de un buque despachado para pesca-turismo	199
13. Documento de comunicación a Capitanía de los turistas embarcados	200
14. Cartel anunciador de hojas de reclamación	201

BIBLIOGRAFÍA 203

1. Entrevistas	204
2. Bibliografía	205
3. Webgrafía	206

1.

Introducción





INTRODUCCIÓN

La posición estratégica del Golfo de Cádiz, donde se suman la pesca, la cultura marinera y el turismo, hacen de esta región un lugar privilegiado para el desarrollo de las actividades de pesca-turismo, turismo marinero y acuícola, ya que cuenta con una gran potencialidad para el desarrollo de este tipo de experiencias turísticas claves para la diversificación no solo del sector de la pesca y la acuicultura sino también para las localidades que se asientan a lo largo de su extenso litoral. Además, ahora se tienen herramientas normativas, como son el decreto 129/2021 de la Junta de Andalucía y el Real Decreto 239/2019 que dan cobertura legal a estas nuevas actividades.

La pesca en el Golfo de Cádiz atraviesa momentos difíciles debido a las políticas cada vez más restrictivas de la Unión Europea sobre las capturas o el cambio climático con efectos devastadores, como el alga invasora, y otros coyunturales como el alza en el precio de los combustibles. Mientras asistimos a una pérdida progresiva de la cultura marinera y una falta dramática de relevo generacional, que amenazan la supervivencia de una forma de vivir sin la que no se podría entender la historia de esta tierra.

Han pasado casi dos décadas desde que iniciativas innovadoras como el proyecto SAGITAL marcaron el camino a seguir y apostaron por iniciativas como pesca-turismo para profundizar en la diversificación económica del sector de la pesca profesional mediante la realización de actividades turísticas. Esa senda ya ha sido recorrida en los últimos años en varias comunidades autónomas como Baleares, Comunidad Valenciana, Cataluña o Galicia y más recientemente por Asturias y Cantabria.

Ahora llega el momento de que el Golfo de Cádiz se sume a estas nuevas políticas de diversificación, amparadas por el Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y Acuicultura (FEMPA), como una vía no solo para mejorar los ingresos de los pescadores y mariscadores sino también como una oportunidad para profundizar en la sostenibilidad, incentivar el relevo generacional y dar un mayor protagonismo a la mujer en el mundo de la pesca.

El Golfo de Cádiz parte con la ventaja frente a otros territorios de contar no solo con una importante flota pesquera que abarca todas las artes sino también con una arraigada acuicultura marina tanto en mar abierto

como en zonas de esteros y salinas, así como expresiones tan propias de esta tierra como los corrales de pesca o las almadrabas. A todo ello suma un clima y unos espacios naturales excepcionales, mientras que sus tradiciones y cultura marinera mantienen una fuerte presencia en todas las poblaciones de su litoral, que se ve relegada en una gastronomía vinculada a los productos del mar y al marisqueo que es la estrella de su oferta de ocio.

Unos 8 millones de visitantes recalán cada año en Huelva y Cádiz para disfrutar de su excepcional oferta turística, pero los intereses del turista tradicional han cambiado. Ahora busca productos singularizados con participación activa, vinculados a las comunidades sociales locales, respetuosos con el medio ambiente, que se desarrollen en la naturaleza y que permitan una inmersión en la cultura y tradiciones de los lugares que visita. Y todo ello lo puede encontrar en experiencias como las de pesca-turismo y turismo marinero o acuícola que dan respuesta a un turista cada vez más exigente.

Este plan de viabilidad, que parte del conocimiento generado en otros territorios por este tipo de experiencias, pretende ser una guía práctica para que todo aquel que lo desee pueda llevar a buen puerto un proyecto vinculado a estas nuevas actividades. Es por ello que abarca desde la tramitación de las autorizaciones y ayudas, las inversiones necesarias y su rentabilidad, hasta el diseño de las diferentes actividades y su comercialización, facilitando las herramientas necesarias para poder llevar a cabo estos nuevos proyectos vinculados a la economía azul.

La pesca en el Golfo de Cádiz atraviesa momentos difíciles debido a las políticas cada vez más restrictivas de la Unión Europea sobre las capturas o el cambio climático con efectos devastadores, como el alga invasora y otros coyunturales como el alza en el precio de los combustibles



Todo ello en el marco de un mundo cambiante con recursos limitados en el que se hace más necesario que nunca el respeto por el medio ambiente, la racionalización de los recursos pesqueros, la mejora de la calidad de vida, la puesta en valor del patrimonio marítimo y pesquero, así como la mejora de la competitividad y un mayor protagonismo de la mujer, y en los que los GALP están llamados a jugar un papel crucial como un elemento indispensable de dinamización.



2.

Las diferentes definiciones y modalidades de turismo azul





Las definiciones de las distintas modalidades están basadas en lo dispuesto en el decreto de Junta de Andalucía que desarrolla la actividad, el real decreto de pesca-turismo y en el documento del Ministerio de Agricultura y Pesca en el que se esbozan las bases para crear un club de producto, con el fin de hacer una clasificación clara y que no se circunscriba únicamente a los términos que aparecen en las distintas normativas.

El número de experiencias vinculadas al turismo pesquero o marinero es amplísimo, pero en este estudio, aunque las esbochemos todas, profundizaremos en aquellas ligadas directamente con los profesionales que trabajan en el sector pesquero y de la acuicultura, y cuya comercialización sea más sencilla y, a su vez, ofrezca una mayor rentabilidad.

2.1 TURISMO A BORDO: PESCA-TURISMO / TURISMO MARINERO EN BARCO

Pesca Turismo:

La actividad turística se desarrolla en la embarcación de pesca profesional durante la jornada habitual del pescador

Rutas marineras en barco / Turismo marinero / Turismo pesquero:

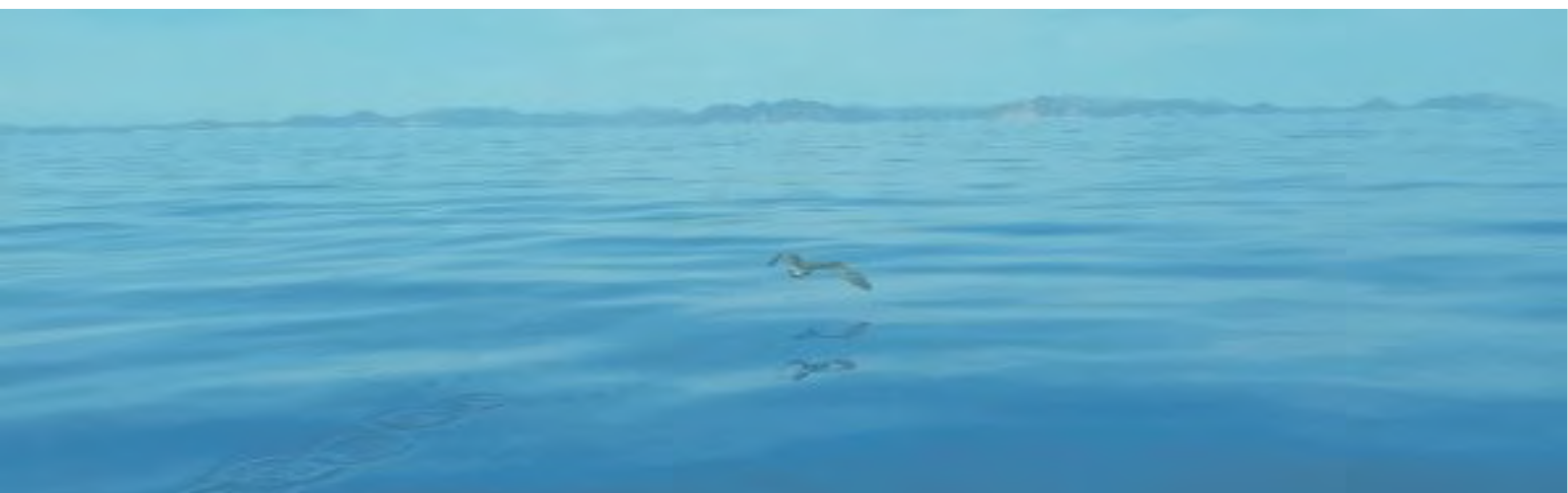
Esta actividad contempla diferentes modalidades:

El pescador fuera de su horario habitual de pesca embarca a los turistas en su barco de pesca profesional para darles a conocer la cultura marinera, el patrimonio marítimo, las tradiciones, las artes de pesca, etc. Este tipo de experiencias abarcan desde el avistamiento de delfines, cetáceos y aves, hasta la visita de lugares con un alto valor paisajístico y medioambiental de la costa.

Una embarcación que puede ser ajena al sector pesquero embarca a los turistas para que desde este segundo barco los turistas puedan ver faenar a los pescadores, las almadrabas, el marisqueo, la acuicultura marina, buceo en viveros flotantes.... Puede haber tantas experiencias como actividades pesqueras existen.

Demostraciones de pesca: Esta actividad tiene como finalidad mostrar el funcionamiento y características de las distintas artes de pesca en el lugar de la extracción de los recursos marinos. Esta experiencia puede realizarse por sí misma o combinarse con otras (pesca-turismo, turismo marinero...)

Marisqueo en barco: Lo realizan embarcaciones de Lista 7 con buceadores que se sumergen para capturar diferentes tipos de navajas en Huelva se les conoce como «Longuerón» o «muergos».





2.2 TURISMO MARINERO EN TIERRA

- **Marisqueo a pie:**
Actividad turística vinculada al proceso de extracción de todo tipo de mariscos a pie.
- **Corrales de pesca:**
Los corrales de pesca son una actividad milenaria propia del Golfo de Cádiz. Es 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.
- **Oficios del mar:**
Visitas a instalaciones o lugares vinculados a los oficios, vida marinera o artes de pesca (reparación de redes, embarcaciones de pesca, talleres, artesanía marinera...).
- **Comercialización de productos pesqueros y acuícolas:**
Visitas a la lonja, procesos de subasta y puja, visita a puertos pesqueros, desembarco del pescado, etiquetado, visitas a salineras, salazones, conserveras de pescado.
- **Rutas marineras en tierra:**
Visitas a barrios marineros, faros o cualquier lugar vinculado a la vida marinera.
- **Actividades gastronómicas marineras:**
Jornadas, ferias y fiestas gastronómicas cuyo eje central sea el pescado local, talleres y cursos de cocina marinera, rutas gastronómicas, degustaciones, show cooking...
- **Actividades socioculturales marineras:**
Actividades culturales vinculadas con el mar y que incluyen museos, exposiciones, conferencias, centros de interpretación y acuarios, entre otros muchos.



2.3 TURISMO ACUÍCOLA

Actividades turísticas vinculadas a la acuicultura de interior.

- **Acuiturismo:**
Actividades de turismo acuícola de interior (continental) y actividades socioculturales cuya finalidad es la ampliación de conocimientos tanto del entorno como de las especies cultivadas. Este tipo de experiencias engloban las visitas a piscifactorías (incubación, cría, engorde) centros de interpretación, talleres, degustaciones o visitas a albuferas, ríos, lagos o pantanos vinculados a este tipo de actividad.



2.4 OTROS SERVICIOS

Actividades turísticas y comerciales que tienen vinculación directa con el mundo o la cultura marinera.

- **Comercio mariner**
Establecimientos comerciales especializados en productos pesqueros o acuícolas o derivados de los mismos, o souvenirs siempre que estén relacionados con el mundo pesquero y acuícola, como pueden ser las conservas.
- **Restaurantes mariner**
Establecimientos de restauración que ofrecen carta o menú específico de productos pesqueros y/o acuícolas. Los establecimientos tienen que garantizar el origen y la calidad de los pescados y los mariscos que se anuncian, cuya procedencia debe ser siempre local.
- **Alojamientos mariner**
El establecimiento de alojamiento debe estar vinculado específicamente a la cultura marinera o que ofrezca algún servicio mariner y/o acuícola.
- **Agencias de receptivo**
Empresas organizadoras de viajes que incluyan en sus ofertas cualquiera de las actividades descritas anteriormente.

2.5 PAQUETE DE TURISMO PESQUERO

Se trataría de la combinación de distintas experiencias turísticas. Se pueden hacer tantos paquetes turísticos como queramos. Señalamos algunos a título de ejemplo:

- Excursión de pesca-turismo + visita a la Lonja + restaurante mariner.
- Visita a puerto pesquero + degustación + museo mariner.
- Excursión de turismo mariner + comercio mariner + barrio pesquero.

Este plan de viabilidad se centrará en las actividades de pesca-turismo, turismo mariner en barco y en tierra, así como el acuiturismo, puesto que el eje central son los pescadores profesionales, aunque también se contemplarán el resto de grupos de experiencias, bajo la óptica de crear sinergias y que sumen valor a la propuesta inicial de estudio.

3.

Análisis de la normativa





Básicamente son dos los textos que regulan las actividades de pesca-turismo, turismo mariner o pesquero y turismo acuícola en Andalucía. Una es el Real Decreto 239/2019 de 5 de abril y la otra es el decreto 129/2021 de 30 de marzo de la Junta de Andalucía. La norma estatal regula principalmente la actividad de pesca-turismo, mientras que la normativa autonómica da cobertura legal a las actividades de turismo mariner o, demostraciones de pesca y turismo acuícola que quedan fuera del real decreto.

En todo caso, ambas normativas regulan únicamente el papel de los pescadores profesionales y mariscadores en estas actividades. Es decir, solo pueden realizar dichas experiencias los barcos de lista 3 y 4, quedando fuera todos los demás. No entran dentro del campo de pesca-turismo ni turismo mariner o pesquero los chárter de pesca, chárter náuticos, golondrinas, etc. desarrolladas por embarcaciones de lista 6 y 7.

El Real Decreto 239/2019 de 5 de abril, por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo es el elemento indispensable a tener en cuenta para realizar la actividad, puesto que el resto de normativas, como es el caso de la de Junta de Andalucía, están supeditadas a que se cumpla lo establecido por el Real Decreto, y cuya verificación es sancionada por la correspondiente Capitanía Marítima.

Es decir, sin la autorización de la Capitanía Marítima no es posible desarrollar la actividad de pesca-turismo. Tampoco otras como las demostraciones de pesca o turismo mariner o desde una embarcación pesquera, amparadas por la normativa de la Junta de Andalucía, que quedan sin regulación en el Real Decreto, pero que es necesaria la autorización previa de pesca-turismo que conceden las capitanías para poder desarrollarlas.

3.1 NORMATIVA NACIONAL /REAL DECRETO 239/2019

El Real Decreto 239/2019 establece los requisitos generales que deben cumplirse para ejercer la actividad de pesca-turismo y afecta a las embarcaciones de pesca de lista 3 y a las auxiliares de lista 4, y que deben estar dadas de alta en el censo de la flota operativa.

3.1.1 SOLICITUD

Debe presentarse una solicitud a nombre del armador y del patrón (si son personas distintas) ante la Capitanía Marítima donde el barco tiene su puerto base por registro electrónico, y que se acompaña de varios documentos, en los que profundizaremos en el capítulo correspondiente a la tramitación de los permisos. Capitanía tiene 2 meses de plazo para emitir el informe favorable. En el caso que no haya respuesta por silencio administrativo, se entiende denegado.

Estos documentos son:

La solicitud (características del barco, elementos de seguridad y habitabilidad...)

Declaración responsable

El Cuadro orgánico de emergencias que incluya la atención a los turistas

Plano del barco con la disposición de dónde se colocan los turistas.

Charla que se da a los turistas en español e inglés.



3.1.2 TÍTULO HABILITANTE

Capitanía también reclamará que se presente un título habilitante para desarrollar la actividad. En este caso es el permiso que se obtiene de la Junta de Andalucía, una vez logrado el certificado de cumplimiento de Capitanía, por lo que este documento se presenta al final de proceso (en la fase de inscripción de la actividad en Despacho de buques).

3.1.3 NÚMERO DE TURISTAS

Un dato importante es que Capitanía solo tiene en cuenta la eslora L, que es un 20% menor que la eslora total. Así con independencia de las limitaciones que impongan los certificados del buque, su condición constructiva, las condiciones operativas y los elementos de seguridad y salvamento, el número máximo de turistas permitidos no excederá de:

Para buques de hasta 8 metros de eslora (L), 2 turistas.

Para buques de más de 8 metros y hasta 12 metros de eslora (L), 4 turistas.

Para buques de más de 12 metros y hasta 20 metros de eslora (L), 8 turistas.

Para buques de más de 20 metros de eslora (L), 12 turistas.

En el caso de que la actividad de pesca-turismo se lleve a cabo mediante el uso de buques o embarcaciones auxiliares de pesca inscritas en la Lista Cuarta (auxiliares de cerco o almadrabas), que, sin realizar pesca extractiva, acompañen a los buques durante parte del faenado, el número máximo de turistas permitidos teniendo en cuenta las mismas limitaciones que en el caso anterior serán:

1º. Para buques hasta 8 metros de eslora (L), 4 turistas.

2º. Para buques de más de 8 metros y hasta 12 metros de eslora (L), 8 turistas.

3º. Para buques de más de 12 metros de eslora (L), 12 turistas



3.1.4 LIMITACIONES

Puede hacerse la actividad en cualquier época del año y horario. El barco podrá operar en todos los caladeros nacionales para los que esté autorizado.

Si la actividad dura más de 16 horas, el barco deberá disponer de habitabilidad adecuada (baño y literas donde puedan descansar los turistas).

El embarque y desembarque debe realizarse en los puertos donde el barco haga su actividad. En este caso se permite la práctica que realizan algunos barcos de cerco cuyo punto de embarque y desembarque es distinto.

La tripulación mínima nunca será inferior a 2 tripulantes. Hay que indicar las personas que se encargan de los turistas en cada situación de emergencia (Cuadro de obligaciones).

Quedan eliminadas cualquier exención relativas al cumplimiento de ciertas medidas técnicas (balsas salvavidas, trajes de inmersión o barandilla), si se quiere realizar la actividad de pesca-turismo. Esta norma afecta principalmente a los barcos de artes menores que están exentos de llevar balsa si operan cerca de la costa.

Los turistas embarcados a bordo de un buque pesquero no podrán ejercer la actividad pesquera y deberán llevar en todo momento el chaleco salvavidas cuando estén en cubierta.

No se admitirá el embarque de menores sin la autorización por escrito de padres o tutores, cuando no vayan acompañados por estos.



3.1.5 REQUISITOS DE HABITABILIDAD

- Medios de acceso seguros para los turistas, incluidas las personas con discapacidad y espacios adaptados "en su caso". Así, los espacios adaptados para personas con discapacidad no son obligatorios, siempre que no se embarque a este perfil de personas si requieren asistencia especial.
- Por ello, no se admitirá el embarque de personas que requieran asistencia especial en condiciones que no sean compatibles con la práctica segura de la actividad.
- La zona segura para los turistas debe contar con suelo antideslizante, barandilla o altura de mura de 1 metro en el área donde vayan a colocarse.
- Bancos o asientos para los turistas
- No es obligatorio tener baño, excepto si la actividad dura más de 16 horas

3.1.6 ELEMENTOS DE SALVAMENTO (CHALECOS Y BALSAS)

Barcos de menos de 12 metros:

- Un chaleco de inflado automático con radiobaliza por turista. No vale cualquier chaleco, ya que la radiobaliza de esos chalecos debe funcionar en la frecuencia 121.5 MHz y activarse automáticamente en caso de caída de la persona al agua. Además, los chalecos deben ser correspondientes a la edad de la persona.
- Una plaza de balsa salvavidas para cada una de las personas embarcadas (turistas y tripulantes).
- De ser necesaria la incorporación de una balsa para ejercer la actividad de pesca-turismo y ésta sea la única balsa a bordo, cumplirá como mínimo con normas técnicas internacionales reconocidas, tales como familia ISO. Si la balsa incorporada fuera adicional a otra balsa ya existente, la balsa adicional cumplirá las mismas prescripciones que la balsa existente.

Barcos de más de 12 metros (principalmente arrastre y cerco)

- Un chaleco de inflado automático con radiobaliza por turista.
- Una plaza de balsa por turista sin limitación de las millas a las que faena.
- En el caso de que sea necesario incorporar una balsa adicional, ésta debe cumplir las prescripciones de la misma balsa existente. En este caso tendría que ser también SOLAS, ya que es con la que ya cuentan este tipo de barcos.
- Un chaleco de abandono por cada 6 personas (incluidos turistas y tripulantes)





3.1.7 BOTIQUÍN SUPLEMENTARIO TIPO BALSA

Deberá contarse con un botiquín tipo Balsas de Salvamento según lo prescrito en el Real Decreto 258/1999, de 12 de febrero, para cubrir las necesidades de asistencia sanitaria que pudiera precisar el resto de las personas que embarquen. Hay que tener presente que este botiquín adicional es uno diferente al que ya está obligado a llevar la embarcación.

3.1.8 SEGURO

Seguro de responsabilidad civil de suscripción obligatoria para embarcaciones de recreo o deportivas, según lo dispuesto en el Real decreto 607/1999 de 16 de abril. Es el mismo seguro de las embarcaciones recreativas. No sirve el seguro de acompañante, que habitualmente tienen algunas embarcaciones. Abordaremos con más profundidad este punto en el capítulo referido a la tramitación, puesto que es uno de los asuntos más complejos, debido a las características de la actividad pesquera.

3.1.9 DOCUMENTACIÓN A BORDO

Se deberá disponer en el buque de un documento que recoja el contenido del artículo 6 del Real Decreto (chalecos, balsas, capacidad, etc.) emitido por Capitanía. Ello se traduce en un certificado de cumplimiento que facilita la propia Capitanía si se ha superado la inspección.

Información por escrito a los turistas en inglés y castellano de toda la información del buque y la charla de seguridad.

El patrón deberá anotar en el rol de despacho y dotación y comunicar a la capitanía marítima correspondiente, utilizando medios telemáticos, el nombre, apellidos, DNI o pasaporte y teléfono de cada uno de los turistas embarcados. Además, deberá mantener un registro en tierra de los mismos mientras dure la actividad.

3.1.10 TRIBUTACIÓN E IVA

Los beneficios obtenidos por pesca-turismo se imputarán al régimen general de tributación, que proceda por la actividad pesquera principal, a la cual complementa.

Los pescadores o armadores no tienen que darse de alta en otra actividad, puesto que su actividad principal sigue siendo la de Pesca.

La fórmula para declarar estos ingresos dependerá del tipo de sociedad en que esté constituida la empresa pesquera (Autónomo, S.L., Comunidad de Bienes...)

Cuando se haga la declaración de ingresos, unos corresponderán a la actividad de pesca que tributa al 10% de IVA y otros a pesca-turismo, que lo hace al 21%. (El hecho de declarar dos tipos de IVA, es muy habitual, por ejemplo, en comercios en los que diferentes productos tienen distintos tipos de gravamen)

Ejemplo:

Ingresos totales: 22.550,00 €

Ingresos Pesca (10% de IVA):
15.000 + 1.500 IVA

Ingresos Pesca-turismo (21% de IVA):
5.000 + 1.050 IVA

Total ingresos: 20.000,00 €

Total IVA: 2.550,00 €

3.1.11 VENTA DE PESCADO

Podrán comercializarse los productos pesqueros obtenidos en la actividad de pesca-turismo, según lo previsto en el Real Decreto 418/2015 que regula la primera venta de productos pesqueros: Los concesionarios de las lonjas o establecimientos autorizados podrán realizar ventas a consumidores finales, siempre que se enmarque en la actividad de pesca-turismo o turismo acuícola, siendo obligatoria la cumplimentación de la nota de venta o documento de trazabilidad correspondiente.



3.2 NORMATIVA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Los requisitos que establece la Junta de Andalucía en su decreto 129/2021 de 30 de marzo por el que se regula y fomenta la actividad de pesca-turismo y otras actividades de diversificación pesquera y acuícola están supeditados a que previamente se cumpla con la normativa, autorizaciones, licencias y demás obligaciones que sean requeridas por otras administraciones. En este caso las establecidas por las Capitanías Marítimas.

Es decir, es necesario contar previamente con la autorización de Capitanía Marítima para realizar pesca-turismo y, a su vez, para poder obtener posteriormente el permiso de la Junta de Andalucía para desarrollar la actividad.

3.2.1 ACTIVIDADES AMPARADAS

Las actividades cuyo desarrollo ampara el decreto de la Junta de Andalucía, siguiendo las definiciones establecidas por la administración autonómica son las siguientes:

— Diversificación pesquera y acuícola:

El desarrollo de actividades complementarias realizadas por profesionales del sector pesquero, marisqueo y acuícola, con el fin de reforzar la economía de las comunidades pesqueras y acuícolas, y en la que los turistas no podrán ejercer la actividad pesquera, marisquera o acuícola

— Pesca-turismo:

Tipo de actividad de turismo pesquero o marinero desarrollada por parte de profesionales del sector, mediante contraprestación económica, a bordo de embarcaciones propias de la actividad de pesca, marisqueo o acuicultura, inscritas en el Registro General de la Flota Pesquera, dependiente del Ministerio competente en materia de pesca marítima, que tiene por objeto la valorización y difusión de su trabajo y la promoción de sus productos.

— Turismo pesquero o marinero:

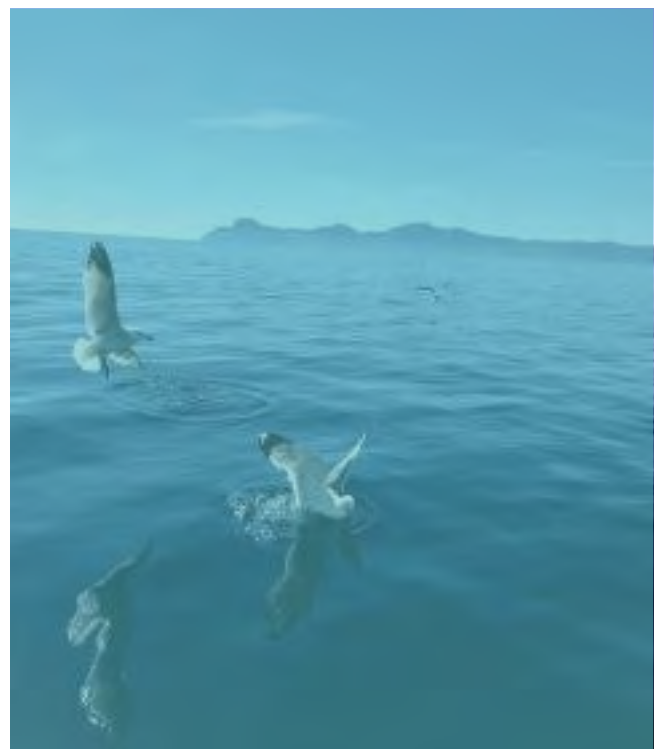
Actividad desarrollada por los colectivos de profesionales del mar mediante contraprestación económica, orientada a la valorización, promoción y difusión de sus actividades y productos del medio marino, de las costumbres, tradiciones, patrimonio y cultura marinera, trascendiendo la mera actividad extractiva y comercial.

— Turismo acuícola:

Actividad desarrollada por parte de profesionales o por parte de los colectivos de profesionales que desarrollan la actividad de la acuicultura marina mediante contraprestación económica, orientadas a la valorización, promoción y difusión de su actividad, sus productos, patrimonio y cultura.

— Demostraciones de pesca:

Actividad de pesca-turismo realizada con cualquier arte de pesca permitido que tiene como finalidad mostrar su funcionamiento y características en el lugar de la extracción de los recursos marinos





3.2.2 OBJETO Y FINALIDAD DE LAS ACTIVIDADES

Las actividades de diversificación pesquera y acuícola deberán estar relacionadas con una o varias de las siguientes finalidades:

- Difundir el patrimonio histórico o cultural, las tradiciones, los oficios, la gastronomía y la cultura vinculados a la actividad de la pesca extractiva, el marisqueo, la acuicultura y la pesca con el arte de almadraba.
- Promover y revalorizar los productos de la pesca y la acuicultura.
- Divulgar las técnicas pesqueras, las artes y aparejos de pesca y marisqueo, así como la evolución social, económica y tecnológica de la actividad profesional.
- Divulgar las técnicas acuícolas y procesos de cultivo de las especies.
- Difundir las medidas de conservación del medio natural en el que se desarrollan las actividades de pesca y acuicultura.
- Divulgar la contribución de las mujeres en el sector pesquero y acuícola y favorecer su mayor integración en todos los niveles.
- Cualquier otra que permita la dinamización social y económica de la actividad de la pesca, el marisqueo y la acuicultura, así como la promoción del sector de la pesca, el marisqueo y la acuicultura y sus productos.





3.2.3 PERSONAS Y ENTIDADES QUE PUEDEN DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES DE PESCA-TURISMO, TURISMO PESQUERO O MARINERO Y TURISMO ACUÍCOLA

Podrán desarrollar las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero y turismo acuícola objeto de este decreto, teniendo en cuenta la necesaria complementariedad con la actividad profesional de la pesca, marisqueo y acuicultura, las personas físicas y jurídicas que se encuadren en uno de los siguientes grupos:

- a Las personas titulares de las autorizaciones, concesiones y licencias de pesca, marisqueo y acuicultura.
- b Las cofradías de pescadores, asociaciones de armadores, asociaciones de mujeres de la pesca, organizaciones de productores del sector de la pesca o de la acuicultura o cualquier otra organización representativa del sector pesquero, marisquero y acuícola de las previstas en el artículo 38 de la Ley 1/2002, de 4 de abril, de Ordenación, Fomento y Control de la Pesca Marítima, el Marisqueo y la Acuicultura Marina, así como las entidades mercantiles constituidas junto con las personas previstas en el párrafo anterior.
- c Las entidades mercantiles constituidas por las personas mencionadas en los párrafos a) y b) con operadores turísticos u otras empresas de servicios vinculados con el desarrollo de actividades turísticas, de recreo, educativas o culturales objeto de este decreto, siempre que estén integradas en su mayoría por personas, empresas u organizaciones del sector de la pesca, el marisqueo o la acuicultura y que el porcentaje de acciones o participaciones pertenezca en más de un 50% a las empresas o entidades de los sectores mencionados en dichos párrafos.

Las personas y entidades de los párrafos a) y b) podrán contratar con empresas dedicadas a la realización de actividades turísticas u otras empresas de servicios, desarrolladas fundamentalmente en el medio marino, para la prestación de servicios que hagan posible el desarrollo de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero, y turismo acuícola. En todo caso, los contratos suscritos deberán respetar las condiciones previstas en el decreto.

La constitución de sociedades mercantiles entre operadores turísticos y cofradías de pescadores, tal como establece el decreto para la explotación de este tipo de actividades, presenta grandes dificultades legales, por el carácter jurídico de estas últimas, ya que son entidades de derecho público sin ánimo de lucro, por ello el decreto contempla que se puedan contratar los servicios de empresas para desarrollar las distintas experiencias.

Así, una forma de sortear este problema jurídico en el caso de que se quiera llegar a acuerdos entre cofradías de pescadores y otros operadores es que la cofradía contrate la prestación de los servicios de pesca-turismo y turismo marinero con dicho operador, como si fuera un suministrador más. Puede ser el mismo tipo de contrato que puede tener con cualquier tipo de suministrador, como son los que proporcionan el hielo. En este caso concreto, lo recomendable es que se establezca un porcentaje de comisión.

En el caso de los armadores, no se ven impedidos por esta limitación jurídica para formar sociedades con otros operadores o empresas, siempre que la mayoría de las acciones o participaciones estén en sus manos.





3.2.4 REQUISITOS PREVIOS PARA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE PESCA-TURISMO, TURISMO MARINERO Y ACUÍCOLA DESDE EMBARCACIONES

- Contar con el informe favorable de Capitanía Marítima en las actividades desde embarcaciones.

- Disponer de seguro de responsabilidad civil obligatorio conforme a lo exigido por el artículo 7 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril.

- Cumplir las exigencias previstas en la legislación correspondiente para los operadores legalmente establecidos en territorio español.

- Las actividades de pesca-turismo se realizarán en todo caso por profesionales del sector pesquero encuadrados en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores del Mar, conforme a lo previsto en el artículo 12.1 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril.

- A los turistas que participen en las actividades de diversificación pesquera y acuícola que se realicen desde embarcación, les será de aplicación el régimen jurídico previsto en el artículo 3.1 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril.

- El buque pesquero dispondrá en lugar visible de un documento informativo de las condiciones de seguridad y habitabilidad. Asimismo, el buque pesquero deberá tener cartel y copias de libro de hoja de reclamaciones, de conformidad con lo establecido en el Decreto 472/2019, de 28 de mayo, por el que se regulan las hojas de quejas y reclamaciones de las personas consumidoras y usuarias en Andalucía y su tramitación administrativa.

3.2.5 CONDICIONES DE LAS ACTIVIDADES DE PESCA-TURISMO, TURISMO PESQUERO O MARINERO, Y TURISMO ACUÍCOLA DESDE EMBARCACIONES

- La realización de la actividad de diversificación pesquera y acuícola desde embarcación será compatible con la actividad pesquera, marisquera o acuícola para la que dicha embarcación esté autorizada, llevándose a cabo de acuerdo con las condiciones establecidas en la normativa específica aplicable a la actividad principal, y en particular las relativas a:
 - Caladero, vedas, épocas, horarios y jornadas, límites de capturas, artes de pesca y zonas autorizadas cuando se trate de la modalidad pesquera y marisquera.

 - Zonas, instalaciones y especies autorizadas cuando se trate de la actividad acuícola.

- Las actividades de diversificación pesquera y acuícola desde embarcación se realizarán cumpliendo las condiciones de seguridad y habitabilidad previstas en el artículo 6 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril.

- Los turistas que participen no podrán realizar la actividad principal, debiendo tan solo estar como meros observadores respecto de las actividades principales realizadas por los colectivos de profesionales del sector de la pesca, no pudiendo manipular ningún producto pesquero.

- Mediante orden de la Consejería competente en materia de pesca se podrán establecer épocas, horarios, límites de capturas, artes de pesca, vedas, zonas autorizadas o aforos permitidos expresamente para dicha actividad complementaria y compatible con la actividad principal.



3.2.6 CONDICIONES DE LAS ACTIVIDADES DE TURISMO MARINERO Y ACUÍCOLA EN TIERRA

- La realización de la actividad de diversificación pesquera y acuícola en tierra se llevará a cabo en condiciones que permitan el desempeño de la actividad principal para la que la instalación esté autorizada, debiendo llevarse a cabo conforme a la normativa específica aplicable a la actividad principal, y en particular, a los horarios y aforo.
- Se deberá cumplir la normativa sectorial que corresponda respecto de la actividad principal, en particular la relativa a la higiene, no alteración de la actividad principal, seguridad y régimen jurídico de los turistas y cuantos requisitos sean exigidos por la Administración competente para la autorización de la actividad principal.
- Los turistas que participen no podrán realizar la actividad principal, debiendo tan sólo estar como meros observadores respecto de las actividades principales realizadas por los colectivos de profesionales del sector de la pesca, no pudiendo manipular ningún producto pesquero
- Para el ejercicio de las actividades de diversificación pesquera y acuícola que se realicen en una instalación en tierra se deberán incluir a los turistas participantes en dichas actividades, en el ámbito de aplicación de las pólizas y seguros a terceros que correspondan a la instalación para el desempeño de su actividad principal.

3.2.7 CONDICIONES DE LAS DEMOSTRACIONES DE PESCA

- Mediante orden de la Consejería competente en materia de pesca se determinará la modalidad, artes de pesca o periodos concretos en que pueden realizarse las Demostraciones de Pesca o marisqueo, pudiendo establecerse con carácter reglamentario excepciones respecto al periodo, horarios y jornadas en los que pueda desarrollarse la pesca-turismo.
- Deberá llevarse a bordo de la embarcación el distintivo para esta actividad de pesca-turismo consistente en la demostración de pesca y deberá estar debidamente despachado para la actividad de pesca-turismo, incorporándose los días concretos en que realizará la demostración de pesca.

3.2.8 CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS

- Las condiciones de comercialización de los productos pesqueros y acuícolas obtenidos en el desarrollo de las actividades de pesca-turismo o turismo acuícola serán las previstas en el Real Decreto 418/2015, de 29 de mayo, por el que se regula la primera venta de los productos pesqueros, y en el Decreto 145/2018, de 17 de julio, por el que se regula la comercialización en origen de los productos pesqueros en Andalucía.

Los concesionarios de las lonjas o establecimientos autorizados podrán realizar ventas a consumidores finales, siempre que se enmarque en la actividad de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerío, o turismo acuícola, y que se destinen al consumo particular, siendo obligatoria la cumplimentación de la nota de venta o documento de trazabilidad correspondiente.

De conformidad con lo establecido en el artículo 4.7 del Real Decreto 418/2015, de 29 de mayo, la Consejería competente en materia de pesca establecerá mediante orden las cantidades e importes máximos de las capturas que pueden ser adquiridas por esta modalidad, no estando permitida la venta de moluscos bivalvos, equinodermos, tunicados y gasterópodos marinos vivos.

Los titulares de los centros de producción y de los establecimientos autorizados para primera venta de productos de la acuicultura harán constar en los resúmenes mensuales de primeras ventas:

- El volumen de ventas efectuado exclusivamente a los turistas, expresado en kilogramos.
- El precio medio por kilogramo para cada una de las especies que hayan sido adquiridas por los turistas en el desarrollo de la actividad de turismo acuícola.

El Real Decreto 239/2019, de 5 de abril establece que "En defecto de regulación autonómica se entenderá que la autorización de venta podrá alcanzar la totalidad de las capturas adquiridas durante la marea, con excepción de las prohibiciones señaladas anteriormente".



3.2.9 DECLARACIÓN RESPONSABLE PARA OBTENER LA AUTORIZACIÓN

Las personas, organizaciones o entidades que cumplan con los requisitos establecidos en el decreto de la Junta de Andalucía deberán presentar con carácter previo al inicio de la actividad una declaración responsable a través de registro electrónico (si están obligadas a ello) o en las oficinas de la administración habilitadas por la Junta de Andalucía.

Enlace de la Junta de Andalucía para cumplimentar los trámites:

www.juntadeandalucia.es/servicios/sede/tramites/procedimientos/detalle/19567.html

Formulario de la declaración responsable. Es un documento que hay que rellenar con los datos de la persona que realiza la solicitud, la embarcación, etc. (Ver Anexo 1)

- El Anexo I, debidamente cumplimentado, se acompañará, cuando corresponda, de la siguiente documentación:

- NIF de la persona física o jurídica interesada y, en su caso, de la persona que la represente con la documentación que acredite dicha representación.

- Documentación acreditativa de la personalidad jurídica de la entidad y de la composición del accionariado o del capital, en su caso.

- Declaración responsable de conformidad con el desarrollo de la actividad de diversificación, firmada por la persona propietaria de la embarcación, o de la instalación cuando no sea la persona que va a desarrollar dicha actividad de diversificación pesquera o acuícola.

- Documentación acreditativa de las licencias, autorizaciones, concesiones y permisos que procedan en función de la actividad de diversificación a desarrollar y del lugar donde se realizará.

- Memoria de la actividad que se pretende desarrollar con la descripción de los medios técnicos y los recursos que se emplearán, de la embarcación o de la instalación según sea el caso y actividad principal que se complementa, identificando el sexo de la persona o personas que desarrollarán la actividad. La memoria relacionará los fines pretendidos con la actividad de diversificación a desarrollar, establecidos en el artículo 3.2.

Ejemplo básico de Memoria para la actividad de pesca-turismo:

La embarcación Bahía de Cádiz con tres tripulantes a bordo (2 hombres y 1 mujer) pretende llevar 4 turistas a bordo durante su jornada de pesca habitual con trasmallo, que durante los meses de verano se desarrolla de lunes a viernes y de 6 am a 13 horas, siempre que las condiciones meteorológicas sean idóneas. El barco cuenta con todas las medidas de habitabilidad establecidas por Capitanía Marítima (asientos para los turistas, asaderos, etc.)

Durante la excursión se informará a los turistas de las artes utilizadas y su funcionamiento, el tipo de especies que se capturan, la gastronomía y cultura vinculada a este tipo de pesca, así como las medidas que se adoptan en la conservación del medio natural donde se desarrolla la actividad.

Durante la experiencia se realizará una demostración de pesca en la que se mostrará el funcionamiento de distintas artes



3.2.10 **DISTINTIVO IDENTIFICATIVO DE PESCA-TURISMO, TURISMO PESQUERO O MARINERO Y TURISMO ACUÍCOLA**

Las personas y entidades que desarrollen cualquiera de las actividades incluidas dentro de las medidas para la diversificación de los sectores pesqueros y acuícolas deberán exhibir en un lugar visible, bien en la embarcación o en las instalaciones donde se lleven a cabo estas actividades, el distintivo que los identifica como lugar apto para desarrollar las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerero, o turismo acuícola (Ver Anexo 2).

3.2.11 **SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ACTIVIDADES DE PESCA-TURISMO, TURISMO PESQUERO O MARINERO Y TURISMO ACUÍCOLA**

Para el seguimiento y control de las actividades de diversificación pesquera y acuícola las personas, empresas o entidades que llevan a cabo dichas actividades deberán presentar con anterioridad al día 31 de enero de cada año natural, ante la Dirección General competente en materia de pesca y acuicultura, una memoria anual de las actividades desarrolladas en el año anterior, que contenga la descripción de las actividades que se han llevado a cabo, desglosando establecimientos, localidades, actividad profesional dada a conocer, ingresos obtenidos por las actividades de diversificación, kilogramos por especies pesqueras o acuícolas vendidas o degustadas según sea el caso, número de turistas que han participado desagregadas por sexo, así como número de puestos de trabajo generados con las actividades desarrolladas.

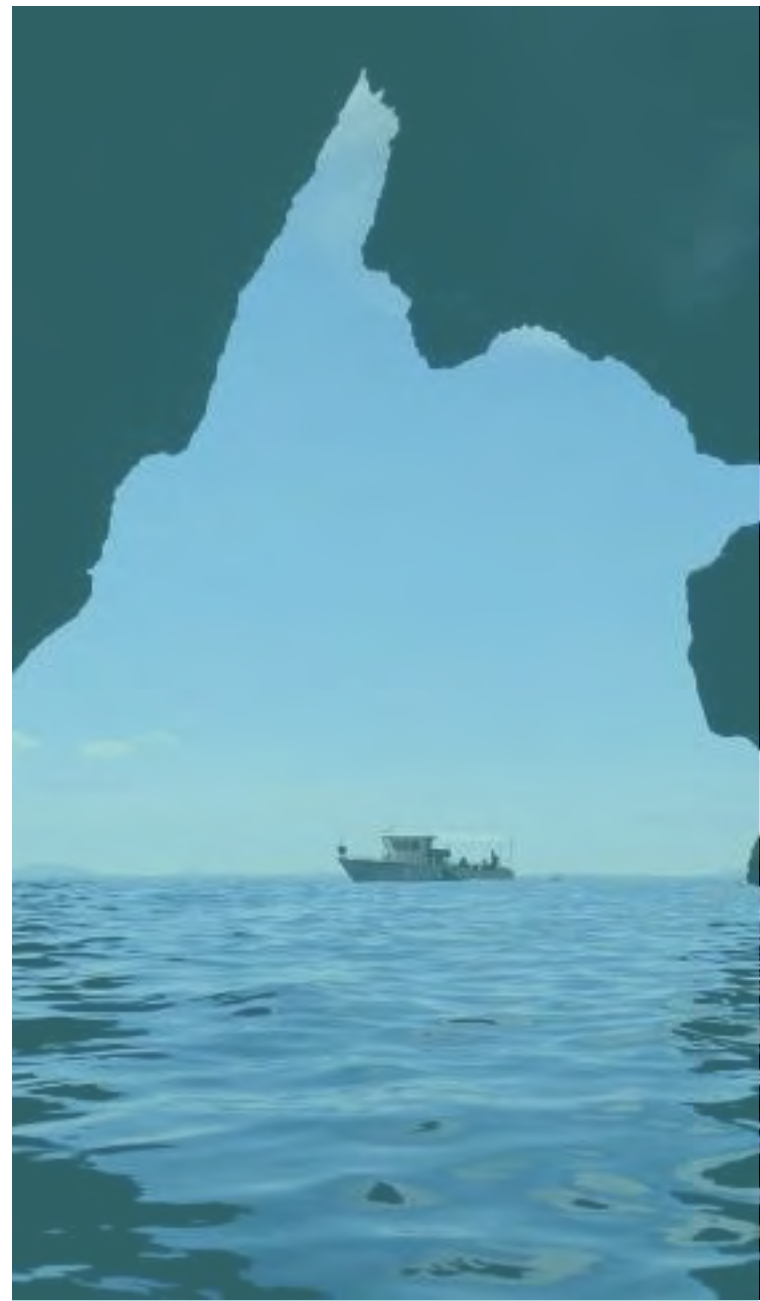
Para la actividad de pesca-turismo, en desarrollo de lo previsto en el artículo 9.2 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril, la memoria anual deberá contener, al menos una descripción de los siguientes aspectos:

- Número de salidas de pesca-turismo por buque.
- Número de turistas embarcados, desagregados por sexo.
- Ingresos obtenidos por la actividad de diversificación
- Zonas y artes utilizados en las actividades de diversificación.

La Dirección General competente en materia de pesca y acuicultura podrá efectuar en cualquier momento los controles que considere necesarios para comprobar que se cumplen las disposiciones establecidas en el presente decreto.

Las embarcaciones que realicen las actividades de diversificación pesquera o acuícola llevarán en todo momento en el rol de despacho y dotación, la información actualizada recogida en el artículo 3.3 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril.

Las personas gerentes o responsables de las instalaciones en las que se realicen las actividades de diversificación pesquera o acuícolas realizadas en tierra, llevarán en todo momento actualizada una lista en la que registrarán por cada actividad, la relación del nombre, apellidos, DNI o pasaporte y teléfono de un punto de contacto de cada persona turista que participe.





3.2.12 CREACIÓN DEL REGISTRO DE DIVERSIFICACIÓN PESQUERA Y ACUÍCOLA DE ANDALUCÍA

Se crea el Registro de Diversificación Pesquera y Acuícola de Andalucía, que tendrá carácter meramente declarativo, en el que se inscribirán de oficio las personas, embarcaciones e instalaciones en las que se realicen las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerero y turismo acuícola.

3.2.13 MEDIDAS PARA EL FOMENTO DE LAS ACTIVIDADES (AYUDAS FINANCIERAS)

- La Consejería con competencia en materia de pesca podrá aprobar ayudas financieras para la realización de proyectos de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerero, o turismo acuícola y promoverá la realización de campañas institucionales que tengan como objetivo difundir y promocionar estas actividades, mejorar la percepción de la sociedad respecto a las actividades tradicionales y las localidades pesqueras, así como favorecer la participación de la mujer, dentro de las posibilidades presupuestarias existentes, bajo los principios de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.
- Mediante Orden de la Consejería competente en materia de pesca podrán establecerse las bases reguladoras para la concesión de ayudas para el fomento de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerero y turismo acuícola, en el marco de las medidas de diversificación de la Unión Europea
- Las personas que pretendan desarrollar proyectos de pesca-turismo, turismo pesquero o marinerero, o turismo acuícola y que necesiten con carácter previo adaptar las embarcaciones o las instalaciones a las condiciones previstas en el artículo 6 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril, en sus párrafos a) y b), podrán presentar sus proyectos de ayuda al amparo de las medidas de apoyo al desarrollo sostenible de la pesca y las estrategias de desarrollo local participativo de las zonas pesqueras financiadas con los fondos europeos destinados a la pesca, convocadas al efecto.

3.3 MINISTERIO DE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Existen otros tipos de normativas que hay que tener en cuenta, aunque no sean esenciales para obtener la autorización de pesca-turismo, como pueden ser permisos especiales para desarrollar las diferentes actividades en parques naturales o avistamiento de cetáceos.

Una de las más habituales es la necesidad de contar con la autorización de la Subdirección General de Biodiversidad Terrestre y Marina del Ministerio para la Transición Ecológica si se pretenden comercializar actividades recreativas en las que figure observación de cetáceos, algo habitual en la mayoría de las excursiones de pesca-turismo.

El trámite es relativamente sencillo. Consiste en solicitar una autorización administrativa aportando la siguiente documentación:

3.3.1 UNA SOLICITUD FIRMADA

La solicitud deberá especifica al menos los siguientes datos:

Empresa que realiza la actividad recreativa o titular o nombre, NIF y dirección postal completa. Teléfono, dirección de correo electrónico y página Web, si hubiera. En caso de ser una empresa se identificará al responsable con nombre, DNI y cargo.

Actividad y justificación de la acción.

Área geográfica de trabajo.

Frecuencia, duración y horarios de las excursiones.

Especies objeto de observación.

Descripción de la experiencia con cetáceos que puedan tener todas las personas de la empresa que acompañan a los clientes. Es decir, sus estudios, cursos reglados o no y demás experiencia laboral de los empleados.

Embarcación o embarcaciones. Nombre, matrícula. Capacidad de pasajeros. Resumen de las características técnicas, en especial número de motores, con su potencia en KW y cualquier otra característica a destacar. Puerto base.

Estará firmada por el titular o responsable. V estará dirigida al subdirector General de Biodiversidad Terrestre y Marina, Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, Pza. San Juan de la Cruz 10, 28071-Madrid



3.3.2 UNA DECLARACIÓN JURADA

La declaración jurada por el titular o responsable de que conoce y asegurará el cumplimiento de las siguientes normas nacionales:

El Real Decreto 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos (Artículo 4 sobre las medidas generales de protección. Artículo 5, sobre las medidas complementarias de protección. Y Anexo II.1., sobre las normas de conducta de carácter general durante la realización de actividades recreativas de observación de cetáceos en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos y Anexo II.2., sobre las normas de conducta específicas durante la realización de actividades recreativas de observación de cetáceos en las distintas zonas del Espacio Móvil de Protección de Cetáceos) (B.O.E. 12.01.2008)

Dicha declaración debe recoger expresamente las medidas generales de protección, según las cuales deberá evitarse en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos la realización de cualquier conducta que pueda causar muerte, daño, molestia o inquietud a los cetáceos, entre ellas:

Se debe evitar:

El contacto físico de embarcaciones o personas con el cetáceo o grupo de cetáceos.

Alimentar a los animales, tirar alimentos, bebidas, basuras o cualquier otro tipo de objeto o sustancia sólida o líquida que sea perjudicial para los cetáceos.

Impedir el movimiento libre de los cetáceos, interceptar su trayectoria, cortar su paso o atravesar un grupo de cetáceos, en cualquier momento y dirección.

Separar o dispersar al grupo de cetáceos y, especialmente, interponerse entre un adulto y su cría.

Producir ruidos y sonidos fuertes o estridentes para intentar atraerlos o alejarlos, incluyendo la emisión de sonidos bajo el agua.

Bañarse o bucear en la Zona de Exclusión del Espacio.

Si durante la realización de cualquier actividad en el Espacio Móvil de Protección de Cetáceos se observara alguna señal de alarma, molestia o alteración en el comportamiento de un cetáceo o un grupo de ellos, tales como cambios repentinos de dirección o velocidad, saltos súbitos ante la aproximación, huida o alejamiento reiterado, deberá abandonarse dicho espacio en el menor tiempo posible, procurando evitar mayores molestias a los animales durante las maniobras de alejamiento.

3.3.3 UN DOCUMENTO EXPLICATIVO

Un documento personalizado a su área de trabajo con las explicaciones que den a los clientes sobre la actividad. Destacando en particular la protección de los cetáceos, las medidas y distancias que recoge la normativa en vigor (se debe mencionar expresamente el RD 1727/2007) y que es un área declarada ZEC (zonas especiales de conservación). Un ejemplo de este documento es un manual de buenas prácticas en el avistamiento de cetáceos de la asociación local a la que usted pueda pertenecer.

3.3.4 AUTORIZACIÓN

Una vez concedida la autorización, que es por 1 año, se debe remitir cada 6 meses los avistamientos que se han producido, en un Excel que ellos proporcionan. (Ver Anexo 3)



4.

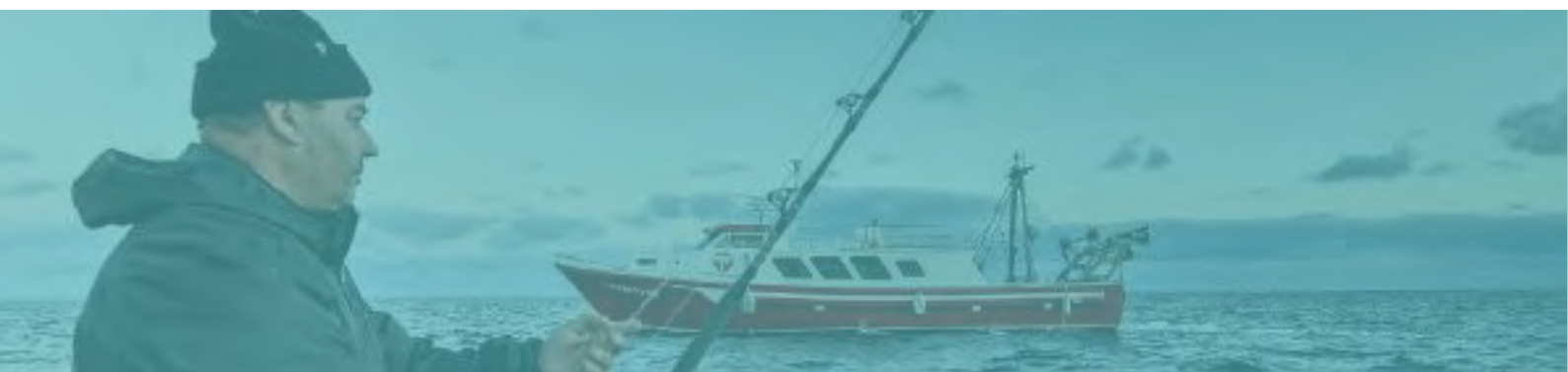
Guía para obtener la autorización de pesca-turismo





La tramitación para obtener todos los permisos para desarrollar la actividad de pesca-turismo es bastante compleja y suele durar entre 3 y 6 meses, aunque a veces suele prolongarse más de 1 año y está en función del trabajo que tenga cada capitania marítima. La mayor parte de las gestiones es necesario hacerlas ante la Capitanía Marítima y en la última fase ante la Junta de Andalucía, aunque algunos procesos van en paralelo, como es la obtención del seguro o la tramitación de ayudas.

Aunque algunos puntos se han desarrollado ampliamente a lo largo de este plan de viabilidad, en este apartado vamos a indicar paso por paso cuál sería toda la tramitación para obtener la autorización de pesca-turismo y los correspondientes documentos que son necesarios presentar.



4.1 DOCUMENTACIÓN ANTE CAPITANÍA

Solicitud

La solicitud es un documento dirigido al Capitán Marítimo en el que se solicita autorización para hacer pesca-turismo. En ese documento se explica brevemente en qué consistirá la actividad que se piensa desarrollar, se facilitan los datos básicos del barco (matrícula, código del buque, eslora, arqueo, material del casco, motor, modalidad de pesca y puerto base).

La solicitud debe llevar el nombre completo y el DNI tanto del armador como del patrón (si son personas distintas) y debe ir firmada por ambos.

En la solicitud se debe detallar el número de tripulantes que habitualmente están embarcados (deben ser al menos 2 personas) y el número de turistas que se prevé llevar.

También debe especificarse si el barco cuenta con baño y si tiene espacios habilitados a bordo para personas que requieren asistencia especial o tengan movilidad reducida.

Como no es obligatorio el tener baño en los barcos de artes menores, aunque se cuenta con éste, nosotros siempre aconsejamos que se deje constancia de que no se tiene aseo, puesto que, si se declara, Capitanía está obligada a inspeccionarlo y es muy difícil que cumpla con todas las normativas y especificidades, y su adaptación obligaría a acometer una cuantiosa inversión.

Lo mismo ocurre con los espacios habilitados a personas con movilidad reducida, que no son obligatorios siempre que no se embarque a ciudadanos que requieran asistencia especial. Adaptar un barco para este tipo de personas solo se puede acometer si es la Administración quien sufraga estas mejoras, ya que el coste es superior a los 100.000 euros y en muchos casos es imposible habilitar esos espacios, ya que se trata de lugares de trabajo muy especializados. Por ello también aconsejamos que se especifique que el barco no cuenta con espacios habilitados a bordo para personas que requieran asistencia especial.

(Ejemplo de solicitud en Anexo 4)



Declaración responsable

La declaración responsable es un documento oficial cuyo modelo facilita la Capitanía Marítima, firmada por el armador y el patrón de la embarcación, en el que se enumeran una serie de condiciones para desarrollar la actividad.

En el Anexo 5 puede verse uno de los modelos más generalizado, aunque algunas capitanías facilitan uno distinto.

(Ejemplo de Declaración Responsable en Anexo 5)

Charla de seguridad en español e inglés

La charla de seguridad es un escrito que se da a los turistas con una serie de normas de comportamiento en el barco y cómo deben de actuar ante situaciones de emergencia o siniestro. Este escrito debe estar también en inglés y tiene que llevarse siempre en el barco para mostrar a los turistas.

(Ejemplos de charlas de seguridad en español e inglés Anexo 6)

También se pueden dar a los turistas otros documentos complementarios sobre la seguridad a bordo de un barco de pesca (como folletos). Siempre tienen que estar redactados en español e inglés.

(Ver anexo 7)

Plano del barco con la disposición de dónde se colocan los turistas

Es necesario presentar ante Capitanía un plano esquemático del barco en el que se indique dónde se colocarán los turistas navegando y faenando.

(Ejemplos de planos de un barco de artes menores y otro de arrastre en el Anexo 8)

El Cuadro orgánico de emergencias que incluya la atención a los turistas

Es necesario presentar un cuadro de obligaciones e instrucciones para casos de emergencia, "teniendo en cuenta que al menos uno de los tripulantes debe atender las necesidades de los turistas en esos casos." También deben presentarlo los buques que hasta ahora no cuentan con dicho cuadro si quieren realizar la actividad de pesca-turismo.

(Ejemplo de cuadro orgánico para 3 tripulantes en el Anexo 9)

4.2 COMPROBACIONES DE CAPITANÍA

Antes de proceder a la inspección de la embarcación la Administración Marítima realizará algunas comprobaciones previas.

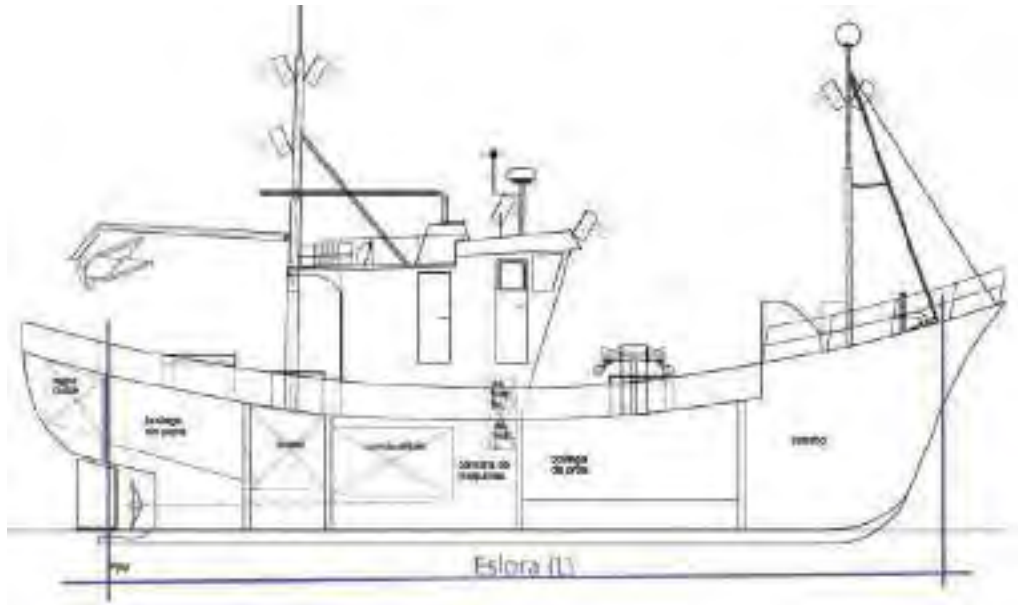
La primera comprobación es si el barco está dado de alta en el Censo de la Flota Operativa.





Número de turistas que se pueden embarcar

No hay que olvidar que la eslora que tiene en cuenta Capitanía es la eslora L, que es un 20% menor que la eslora total. Además, se revisará la tripulación mínima, que en ningún caso puede ser inferior a 2 personas.



ESLORA (metros)	PESQUEROS (turistas)	AUXILIARES DE PESCA (turistas)
$L \leq 8$	2	4
$8 < L \leq 12$	4	8
$12 < L \leq 20$	8	12
$20 < L$	12	12

En ningún caso el número de turistas y tripulantes pueden superar el máximo autorizado en los certificados del barco. La inmensa mayoría de los buques se ajustan a la tripulación mínima por lo que será necesario realizar una nueva prueba de estabilidad para aumentar la capacidad.

Exenciones

No se concederán exenciones a las embarcaciones que realicen la actividad de pesca-turismo. En el caso de contar con alguna exención se revocará para obtener el informe favorable de Capitanía.



4.3 INSPECCIÓN DEL BARCO

Una vez realizada estas comprobaciones previas, se procede a la inspección de la embarcación

Acceso seguro a la embarcación

El acceso se realizará mediante rampa, pegado al pantalán si no hay desnivel u otro medio que se estime seguro. En algunos casos es necesario colocar un escalón en el interior del barco cuando embarquen o desembarquen los turistas.



Chalecos

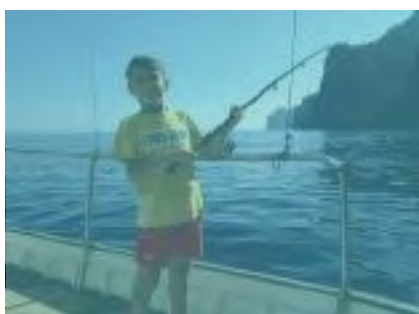
Se comprobará que se tienen suficientes chalecos de inflado automático con radiobaliza a 121,5 MHz para cada turista que se pretenda embarcar y chalecos de abandono.

Balsas

Plazas de balsas salvavidas, según normativa, obligatorias para el 100% de las personas autorizadas (tripulantes y turistas).

Habitabilidad

Se habilitarán espacios a bordo en los que los turistas se encuentren libres de peligro. Las zonas dedicadas deberán estar delimitadas y el piso debe ser antideslizante. En el caso de que los turistas estén embarcados más de 16 horas es necesario contar con baño y literas.



La zona estará provista de asideros y donde se coloquen los turistas debe haber una barandilla (la altura total debe ser de al menos 1 metro),

Una escalerilla si los turistas van a darse un baño.

Debe habilitarse un espacio para que los turistas puedan sentarse.



Botiquines

Durante la inspección se comprobará que el botiquín reglamentario está al día y que se cuenta con un botiquín adicional

El botiquín adicional, además de la caja para guardar el material, debe contar con los siguientes elementos:



MEDICAMENTOS O MATERIAL MÉDICO Y FORMA DE PRESENTACIÓN	CANTIDAD EXIGIDA
Ácido acetilsalicílico (20 comprimidos. 500mg.)	1 caja
Metamizol (5 ampollas 2 gr.)	1 caja
Povidona yodada 10% solución dérmica de 125ml.	1 envase
Vendas de gasa orilladas (de 5cm x 5m)	1 unidad
Vendas de gasa orilladas (de 10cm x 5m)	1 unidad
Gasas estériles (de 20 x 20 cm)	40 unidades
Algodón hidroxilo (paquete de 100 gr)	1 paquete
Esparadrapo hipoalérgico (rollo de 2,5 cm x 5 m)	1 rollo
Apósitos adhesivos plásticos (rollo de 6 cm x 1 m)	1 rollo
Manta para quemados y supervivientes termo-aislante oro-plata	1 unidad

Prueba de estabilidad

En principio, las capitanías marítimas del Golfo de Cádiz piden que se presente un estudio de estabilidad por un profesional externo acreditado en el caso de que sea necesario el aumento de personas a bordo. Si esta prueba fuera llevada a cabo por el inspector de Capitanía en los barcos de artes menores, es necesario que en el momento de realizarse se lleven las artes en cubierta y se cuente con al menos 6 personas a bordo.





4.4 SUBSANACIÓN DE DEFICIENCIAS

El inspector de Capitanía levantará acta si es necesario realizar alguna mejora en el barco, se necesitan más chalecos, balsas, etc. En el caso de algunas subvenciones o ayudas, en ese acta quedará relegado todo lo que es necesario adquirir o habilitar para desarrollar la actividad (se explicará detalladamente en el capítulo de ayudas).

Debería ser en esta fase en la que se presentará el estudio de estabilidad por un profesional externo acreditado en el caso de que sea necesario el aumento de personas a bordo. Ello es porque al tratarse de uno de los gastos más importantes lo lógico es presentarlo en esta fase del proceso para evitar que se haga el desembolso si ya en la inspección previa de la embarcación se constata que ésta no reúne condiciones. Si con anterioridad se cuenta con dicho documento, se debe presentar cuando inicialmente se realiza la solicitud.

4.5 CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE CAPITANÍA

Capitanía Marítima, una vez comprobado que el barco reúne todos los requisitos, emite un certificado de cumplimiento, supeditado a contar también con el permiso habilitante de la Junta de Andalucía y el seguro obligatorio.

(Ejemplo de certificado de cumplimiento de Capitanía en Anexo 10)

4.6 SEGURO

El seguro de responsabilidad civil es uno de los asuntos más complejos debido a las características singulares de la actividad pesquera, a pesar de que el real decreto de pesca-turismo, así como la Junta de Andalucía piden el seguro obligatorio más común, que es el de responsabilidad civil y en concreto el mismo que utilizan embarcaciones de recreo o deportivas.

El problema principal es que los barcos de pesca cuentan con seguros muy complejos en los que se

Las sumas aseguradas deben ser las siguientes:

- Para daños personales: Límite de 120.202,41 euros por víctima con un límite máximo de 240.404,84 euros por siniestro.
- Para daños materiales y pérdidas económicas: Límite de 96.161,94 euros por siniestro.

cubren múltiples circunstancias y las compañías suelen encarecer notablemente el precio cuando se añade el seguro para los turistas. Además, dada la siniestralidad existente hay compañías que son remisas a realizar este seguro.

Murimar, que es la compañía mayoritaria en el sector pesquero y que tiene asegurados a la práctica totalidad de los barcos que hacen pesca-turismo en España, suele cobrar unos 200 euros al año por 4 turistas, pero la condición es que debes tener con ellos algún seguro previo correspondiente a la embarcación. En caso contrario el coste es mucho más elevado.

Otro dato a tener en cuenta es que se trata de un seguro obligatorio y las cantidades aseguradas son las mínimas que marca la ley y, en caso de siniestro y ser necesaria una compensación, se quedan lejos de lo que sería la indemnización real.

Por todo lo expuesto cuando llegue el momento de presentar el seguro ante Capitanía para finalizar el proceso de autorización basta con presentar un certificado de la compañía de seguros en el que se indique que se cumple con lo establecido por el Real Decreto referido a esta cuestión.

(Ejemplo de certificado de seguro para presentar ante Capitanía en anexo 11)



4.7 JUNTA DE ANDALUCÍA

El siguiente paso es presentar una declaración responsable a través de registro electrónico (si están obligadas a ello) o en las oficinas de la administración habilitadas por la Junta de Andalucía.

Enlace de la Junta de Andalucía para cumplimentar los trámites:

www.juntadeandalucia.es/servicios/sede/tramites/procedimientos/detalle/19567.html

Formulario de la declaración responsable (Anexo 1)

El **Anexo I**, debidamente cumplimentado, se acompañará, cuando corresponda, de la siguiente documentación:

NIF de la persona física o jurídica interesada y, en su caso, de la persona que la represente con la documentación que acredite dicha representación.

Documentación acreditativa de la personalidad jurídica de la entidad y de la composición del accionariado o del capital, en su caso.

Declaración responsable de conformidad con el desarrollo de la actividad de diversificación, firmada por la persona propietaria de la embarcación, o de la instalación cuando no sea la persona que va a desarrollar dicha actividad de diversificación pesquera o acuícola.

Documentación acreditativa de las licencias, autorizaciones, concesiones y permisos que procedan en función de la actividad de diversificación a desarrollar y del lugar donde se realizará.

Memoria de la actividad que se pretende desarrollar con la descripción de los medios técnicos y los recursos que se emplearán, de la embarcación o de la instalación según sea el caso y actividad principal que se complementa, identificando el sexo de la persona o personas que desarrollarán la actividad. La memoria relacionará los fines pretendidos con la actividad de diversificación a desarrollar, establecidos en el artículo 3.2.

Ejemplo básico de Memoria para la actividad de pesca-turismo:

La embarcación Bahía de Cádiz con tres tripulantes a bordo (2 hombres y 1 mujer) pretende llevar 4 turistas durante su jornada de pesca habitual con trasmallo, que durante los meses de verano se desarrolla de lunes a viernes y de 6 am a 13 horas, siempre que las condiciones meteorológicas sean idóneas. El barco cuenta con todas las medidas de habitabilidad establecidas por Capitanía Marítima (asientos para los turistas, asideros, etc.)

Durante la excursión se informará a los turistas de las artes utilizadas y su funcionamiento, el tipo de especies que se capturan, la gastronomía y cultura vinculada a este tipo de pesca, así como las medidas que se adoptan en la conservación del medio natural donde se desarrolla la actividad.

4.8 DESPACHO DE BUQUES

Para finalizar el proceso y obtener la autorización definitiva y que quede anotado en el rol del barco que se está autorizado para desarrollar la actividad de pesca-turismo se presentarán los siguientes documentos ante Despacho de Buques de Capitanía:

- Certificado de cumplimiento de Capitanía.
- Autorización de la Junta de Andalucía (título habilitante).
- Certificado del seguro.

De esta forma, queda finalmente anotado en el rol del barco.



(Ejemplo del certificado de un buque despachado para pesca-turismo en Anexo 12)



4.9 DISTINTIVO IDENTIFICATIVO DE LAS ACTIVIDADES DE PESCA-TURISMO

La normativa de la Junta establece que una vez obtenidas todas las autorizaciones se deberá exhibir en un lugar visible de la embarcación el distintivo que la identifica como lugar apto para desarrollar las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero, o turismo acuícola.

(Ver anexo 2)



4.10 COMUNICACIÓN A CAPITANÍA DE LOS TURISTAS EMBARCADOS

El patrón deberá anotar en el rol de despacho y dotación y comunicar a la capitanía marítima correspondiente, utilizando medios telemáticos, el nombre, apellidos, DNI o pasaporte y teléfono de cada uno de los turistas embarcados. Además, deberá mantener un registro en tierra de los mismos mientras dure la actividad.

(Ver anexo 13)

4.11 MEMORIA ANUAL ANTE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

La Junta de Andalucía establece que se deberá presentar con anterioridad al día 31 de enero de cada año natural, y ante la Dirección General competente en materia de pesca y acuicultura, una memoria anual de las actividades desarrolladas en el año anterior.

La memoria anual deberá contener al menos una descripción de los siguientes aspectos:

Número de salidas de pesca-turismo por buque.

Número de turistas embarcados, desagregados por sexo.

Ingresos obtenidos por la actividad de diversificación.

Zonas y artes utilizados en las actividades de diversificación.



5.

Inversiones para
realizar las
actividades





Las inversiones varían considerablemente en función de si la embarcación pesquera cuenta con una habitabilidad adecuada. En el caso de las actividades a realizar en tierra (visitas a la lonja y puerto pesquero, así como el marisqueo) no requieren inversiones obligatorias. Pueden realizarse con los medios que actualmente se cuenta.

5.1 INVERSIONES NECESARIAS PARA LA ENTRADA Y DESARROLLO DE ESTA ACTIVIDAD EN EMBARCACIONES PESQUERAS

Las inversiones necesarias que deben realizar las embarcaciones pesqueras para adaptarse a lo establecido en el Real Decreto de pesca-turismo varían sustancialmente si es necesario cambiar la cubierta, instalar barandillas o adquirir una pasarela de acceso. Los gastos más comunes que deben realizarse corresponden a la adquisición de chalecos, balsas, botiquín adicional, seguro y prueba de estabilidad. Hay que tener en cuenta que el sector pesquero está exento del IVA en este tipo de inversiones.

5.1.1 ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Chaleco con radiobaliza (1 por turista): Entre 300 y 350 euros. Aunque el Real Decreto establece como predeterminado este tipo de chalecos, algunas capitanías marítimas también admiten el sistema AIS (Su instalación es más compleja puesto que debe estar sincronizado con una alarma en la cabina). Su precio oscila entre los 375 y 400 euros.

Balsa (1 plaza por turista): Unos 1.500 euros una balsa ISO para 6 personas y unos 1.200 una balsa ISO para 4 personas.

Chaleco de abandono (todos los barcos suelen llevar de sobra y no es necesario comprarlos): 50 euros

Botiquín adicional: Si compras todo el material por tu cuenta, incluida una caja para guardar los medicamentos, el gasto no sobrepasa los 20 euros.





5.1.2 ELEMENTOS DE HABITABILIDAD

- Asiento para los turistas (vale un simple banco de madera): de 50 a 100 euros.
- Barandilla (donde van los turistas en caso de que la altura de mura sea inferior a 1 metro): 550 euros.
- Pasarela de acceso si hay desnivel en el muelle: 3.500 euros.
- Cubierta antideslizante: Entre 1.500 y 2.000 euros.

5.1.3 SEGUROS

El seguro es uno de los asuntos más complejos porque cada compañía utiliza criterios y precios diferentes y en muchos casos aconsejan sacar un seguro superior al establecido por el Real Decreto para que el patrón o armador quede completamente cubierto en caso de cualquier incidente. Hay que tener en cuenta que el habitual seguro para acompañantes que suelen tener muchos pesqueros no sirve. Debe ser un seguro de responsabilidad civil.

La compañía Murimar, que es la mayoritaria en el sector pesquero, suele cobrar unos 200 euros por el seguro de responsabilidad civil para 4 turistas al año, siempre que tengas contratado con ellos alguna otra cobertura.

5.1.4 PRUEBA DE ESTABILIDAD

Las capitanías marítimas del Golfo de Cádiz requieren que un profesional externo haga la prueba de estabilidad para certificar el número de turistas que puede llevar un barco de artes menores, lo que habitualmente tiene un coste de unos 420 euros. En los barcos de artes mayores la prueba de estabilidad con las que previamente cuentan ya permite embarcar a los turistas porque entran dentro del margen de capacidad establecida, por lo que en la mayoría de los casos no es necesario hacer un nuevo estudio.

No obstante, desde este estudio de viabilidad aconsejamos negociar este extremo con Marina Mercante puesto que las capitanías marítimas están habilitadas para realizar la prueba de estabilidad en los barcos de artes menores y en este caso el coste en tasas no supera los 100 euros, por lo que el ahorro es evidente.

5.1.5 REVISIONES ANUALES

Hay que tener en cuenta que los chalecos con radiobaliza, la balsa y el botiquín pasan revisiones anuales. El precio varía mucho en función de los acuerdos que tienen los armadores con sus suministradores, si es anual o cuatrienal, etc.

- Revisión balsa: 450 euros
- Revisión chaleco: De 75 euros a 125 euros
- Seguro: 200 euros
- Botiquín: 10 euros

5.1.6 GASTOS TOTALES

En la mayoría de los casos no es necesario cambiar la cubierta, instalar barandillas o adquirir una pasarela de acceso (sobre todo en artes menores).

De esta forma un barco de artes menores con 2 o 3 tripulantes que quiera llevar 4 turistas tiene que realizar una inversión media de unos **3.240 euros** incluyendo la prueba de estabilidad, pero sin contar barandilla, pasarela o cambio de cubierta.

En el caso de una embarcación de artes mayores el gasto es más elevado puesto que en este caso se suele pedir la pasarela para embarque (se puede tener una por puerto o utilizar las de otras embarcaciones de recreo o pasaje. También se suelen hacer cargo de este gasto las Cofradías). Si es necesario incorporar una nueva balsa debe ser Solas, que tienen un precio mucho mayor. No obstante, como el requisito es una plaza de balsa por turista habitualmente no suele ser necesario incorporar nuevas balsas, ya que cuentan con suficientes plazas globalmente. Estas embarcaciones suelen tener una prueba de estabilidad oficial y margen suficiente para que vayan embarcadas más personas, por lo que no se requiere hacer otra nueva.

Teniendo en cuenta estas premisas y suponiendo que embarcara a 4 turistas, el gasto sería de unos **1.520 euros** (chalecos, botiquín y seguro) más **3.500 euros** (pasarela de embarque). En total puede elevarse a **5.020 euros**. Hay que tener en cuenta que los barcos de arrastre no precisan incorporar bancos para que se puedan sentar los turistas, puesto que hay espacios a bordo suficientes, como es el comedor, donde pueden descansar los visitantes.



5.1.7 DOCUMENTACIÓN

En el caso de que se opte porque sea una consultora, gestoría o un ingeniero naval el que se encargue de la redacción de la documentación para obtener las correspondientes autorizaciones y su tramitación, habría que añadir un gasto que ronda entre los 200 y 500 euros.

5.2 INVERSIONES PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD EN TIERRA

Las dos principales actividades para realizar en tierra (visitas a la lonja y puerto pesquero, así como el marisqueo) no requieren inversiones obligatorias. Pueden realizarse con los medios que actualmente se cuenta.

Muchas de las lonjas del Golfo de Cádiz están acondicionadas para recibir visitantes o en proceso de

lonja de Mazarrón en Murcia, gracias a un proyecto del GALP local (Galpemur), con una inversión de 60.000 euros.

La lonja de Mazarrón, una de la más antiguas de la Región de Murcia, y ante la necesidad de abrir sus puertas al turismo necesitaba adecuarse a los nuevos tiempos creando un centro de interpretación vivo, haciendo que la lonja sirva como recurso turístico y lugar de educación ambiental donde dar a conocer las artes de pesca usadas en el municipio, caladeros, especies, etc., a través de fotografías, vídeos educativos y una gran carta marítima que impacta al visitante.

El principal gasto que puede suscitar el desarrollo de las actividades de turismo marinerero en tierra correspondería al apartado de personal en el caso que se decida contratar a alguien que se ocupe de los turistas. Dada la operatividad y la duración de este tipo de excursiones, se trataría de contrataciones a media



Lonja de Mazarrón como espacio museístico.

remodelación que corre a cargo de la Junta de Andalucía, como son los casos de la de Ayamonte en donde la administración autonómica invertirá 2,5 millones en ampliarla y modernizarla o Isla Cristina, que ya ha salido a licitación por 239.098 euros, entre otras muchas.

Otras posibles actividades de turismo marinerero, como pueden ser las visitas a centros de interpretación vinculados al mundo de la pesca, las inversiones también corren a cargo de la administración, como es el caso de Conil, ya que al igual que las remodelaciones de las lonjas se trata de gastos muy elevados a los que no pueden hacer frente las cofradías o las asociaciones de armadores. Asimismo, la Lonja de Punta Umbría sería un buen ejemplo de adaptación para el turismo marinerero

Un camino a seguir es la remodelación y adecuación como centro de interpretación y musealización de la

jornada y el gasto rondaría los 1.000 euros (salario, seguridad social, etc.)

No obstante, nuestra recomendación es que estas actividades se externalicen a cambio de una comisión o sean desarrolladas por las distintas asociaciones locales de mujeres de la pesca.

Los corrales de pesca y el marisqueo en tierra son actividades que se desarrollan al aire libre por lo que no requieren ninguna inversión esencial para poder comercializar estas experiencias. Al igual que ocurre con las lonjas, si se pretende crear o remodelar los espacios de interpretación se trata de inversiones tan elevadas, que solo pueden hacer frente a ellas las distintas administraciones.

En el caso de los mariscadores o corraleros son ellos mismos los que ejercerían de guías, por lo que no es necesario destinar una partida económica a personal.

6.

Análisis de situación y perspectivas de futuro

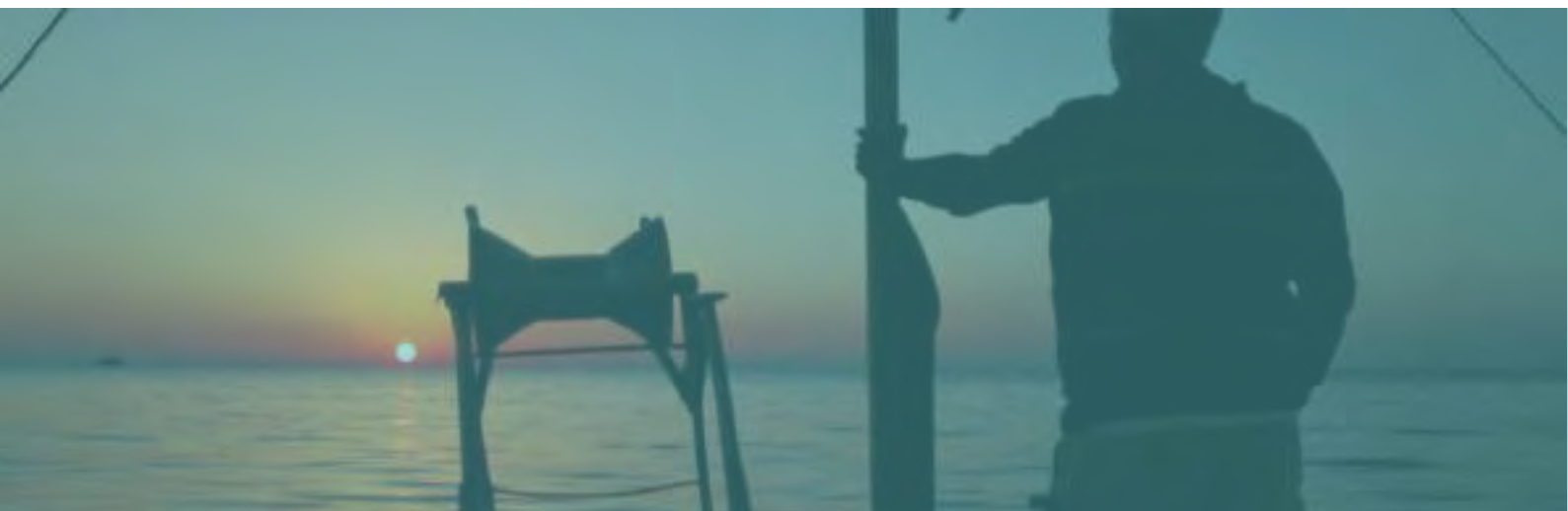




El Golfo de Cádiz se encuentra en una situación inmejorable para desarrollar con éxito las actividades de pesca-turismo, turismo marino y acuícola, ya que cuenta con un clima inmejorable, un entorno espectacular, una importante afluencia de turismo, una flota pesquera relativamente moderna, que contempla prácticamente todas las artes de pesca, y suma más de 200 especies marinas que se comercializan.

El sector ha tenido que afrontar durante los últimos años numerosas dificultades como han sido el Covid, la aparición de algas invasoras, cambios en las políticas pesqueras cada vez más restrictivas, la falta de relevo generacional y otras nuevas como el encarecimiento de los combustibles y la alta inflación. Es importante destacar el cambio climático cuyos efectos ya se están notando con mortalidades masivas en los fondos de posidonia y corales y que en el futuro irá a más, afectando cada vez en mayor medida a las distintas pesquerías. Además, esto viene acompañado de que cada vez es más frecuente que se produzcan fenómenos meteorológicos adversos por el cambio climático.

Por el contrario, han surgido nuevas oportunidades de la mano del Fondo Europeo Marítimo de Pesca y Acuicultura y de la propia Junta de Andalucía, que apuestan por actividades para diversificar el sector de la pesca y el marisqueo, el mayor peso que deben cobrar los GALP y el protagonismo de las mujeres que cada vez debe ir a más y que está aportando una mirada innovadora al mundo profesional vinculado al mar.



6.1 SITUACIÓN ACTUAL

La radiografía actual de la situación, siempre bajo el prisma del futuro desarrollo de las actividades de pesca-turismo, turismo marino y acuícola, ofrece un alto potencial de crecimiento. Los principales puntos de partida son los siguientes:

— Puertos Pesqueros:

El Golfo de Cádiz cuenta con numerosos puertos pesqueros a lo largo de todo el litoral. Destacan por su importante flota pesquera Ayamonte, Isla Cristina, Punta Umbría y Lepe, en la provincia de Huelva; Bonanza (en Sanlúcar de Barrameda), Chipiona, El Puerto de Santa María, Rota, Conil, Barbate, Tarifa, y La Atunara en la provincia de Cádiz.

En algunos casos existen dificultades de aparcamiento cerca de los puertos pesqueros, lo que es un problema para la visita de turistas, como ocurre en Ayamonte, Isla Cristina o Tarifa. Por el contrario, en la mayoría de las ocasiones están bien señalizados.

Otro problema añadido es la limpieza en el interior de la mayoría de los muelles pesqueros, que es francamente mejorable, así como la ausencia de servicios o lavabos de acceso público.

Por todo ello, para realizar una actividad turística en estas instalaciones es necesario mejorar los problemas de aparcamiento, limpieza y ausencia de lavabos.

La actividad en los principales puertos pesqueros es continúa tanto por lo que se refiere a la llegada y salida de las embarcaciones, desembarco de las capturas, así como al funcionamiento de la lonja, lo que les confiere un alto atractivo turístico.



Flota pesquera:

El Golfo de Cádiz cuenta con más de 800 embarcaciones, según los datos de la Junta de Andalucía a fecha de 2021. Las principales modalidades de pesca son arrastre, cerco y artes menores, dentro de las cuales encontramos artes de enmalle, aparejos de anzuelo y trampas (En el estudio daremos categoría propia dentro de las artes menores a la pesca del pulpo por su especial relevancia). Otras artes que se dan son el palangre de superficie, palangre de fondo y el arte del marisqueo con rastro remolcado y draga hidráulica. También hay que tener en cuenta las embarcaciones que operan en las almadrabas.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Huelva	Ayamonte	61	12	0	1	2	46	30
	Huelva	37	1	2	0	1	10	3
	Isla Cristina	175	37	20	0	37	111	63
	Lepe	64	10	1	0	5	51	16
	Palos de la Frontera	4	0	0	0	0	4	1
	Punta Umbría	108	11	18	0	35	78	28
Cádiz	Barbate	52	4	25	0	0	25	20
	Cádiz	7	0	1	1	0	6	4
	Chipiona	58	2	0	0	1	58	29
	Conil	57	0	0	0	0	57	53
	Puerto de Santa María	22	10	1	0	0	9	5
	Puerto real	1	0	0	0	0	1	0
	Rota	31	1	0	0	0	28	19
	San Fernando	10	0	0	0	0	10	3
	Sanlúcar	105	38	13	0	14	57	11
	La Línea	39	0	0	0	39	39	3
	Tarifa	49	0	5	-	2	38	1
Total		880	126	86	2	136	628	289

Fuente: El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz.

El 69% del sector se dedica a las artes menores, el 19% al arrastre, el 12% al cerco y 0,30% al palangre de superficie.

El mayor número de embarcaciones se concentran en Isla Cristina, Punta Umbría, Sanlúcar, Ayamonte y Conil. Hay que tener en cuenta que los puertos base en los que están censadas las embarcaciones no se corresponden en ocasiones con la realidad, ya que es importante la movilidad existente sobre todo en lo relativo a los puertos de descarga y primera venta de las capturas.

La flota pesquera que opera en el Golfo de Cádiz es relativamente moderna sobre todo si la comparamos con el resto de España. La menos modernizada es la flota artesanal con una antigüedad media de 32 años, según "El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz".

Los barcos de arrastre, cerco y muchas de las dragas no presentan problemas, tanto en lo referido a la eslora, estado de los barcos y número de tripulantes, para realizar la actividad de pesca-turismo, aunque su principal hándicap son los horarios de pesca (excepto en el caso de las dragas), como desarrollaremos más adelante.

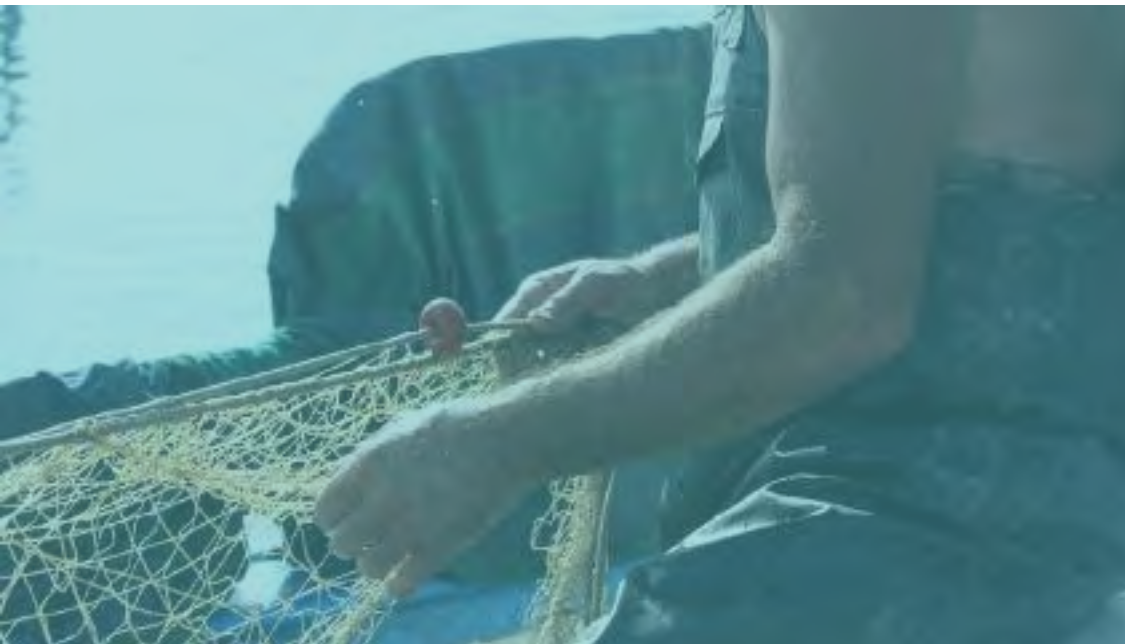


La mayoría de los barcos de artes menores susceptibles de realizar la actividad de pesca-turismo, teniendo en cuenta su eslora aconsejable (más de 10 metros) y número de tripulantes (2-3 tripulantes), son embarcaciones con unos diez años de antigüedad y casco de poliéster, según todas las asociaciones de armadores y responsables de cofradías consultados para este estudio, por lo que no presentarían ningún problema a la hora de contar con las correspondientes autorizaciones y cumplir con los parámetros de habitabilidad exigidos en el Real Decreto de pesca-turismo.

La eslora de la flota artesanal es muy diversa. Nos encontramos con barcos de 7 metros hasta los 13 metros, siendo la eslora media 8 metros. Hay que tener

En total en la flota pesquera del Golfo de Cádiz están empleadas 3.756 personas, según "El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz".

El principal problema detectado es la falta de relevo generacional y la avanzada edad de muchas tripulaciones, lo que es un hándicap a la hora de emprender nuevas actividades complementarias como es el caso de pesca-turismo. Es aconsejable que antes de iniciar todo el proceso administrativo para lograr la autorización, el armador lo consensue con la tripulación porque se han dado casos de que, una vez logrados todos los permisos, los marineros no querían que se embarcaran turistas.



en cuenta que es necesario tener una eslora total superior a 10 metros para poder embarcar a 4 turistas y que con una eslora menor solo se puede llevar a 2 personas, por lo que es necesario plantearse si es rentable acometer las inversiones necesarias para lograr la autorización si solo se podrán embarcar a 2 turistas.

El número de tripulantes en la flota artesanal va de 1 a 3 generalmente. La normativa impide que con un solo tripulante se pueda llevar a cabo la actividad. Referido a este parámetro, son los barcos con 3 tripulantes los mejor posicionados para realizar pesca-turismo, ya que coincide que son los de mayor eslora, mejor habitabilidad y menor antigüedad.

— Especies capturadas

Más de 200 especies se comercializan en las lonjas del Golfo de Cádiz, lo que supone un gran aliciente a la hora de diseñar las futuras excursiones de pesca-turismo, porque el turista puede elegir entre vivir la pesca del atún, el pulpo, la chirla...

A nivel turístico destaca en primer lugar la pesca del atún rojo, que es una especie que se captura desde tiempos ancestrales y forma parte de la propia identidad de las zonas costeras y tiene su relejo en la industria conservera, la gastronomía y la cultura del



Golfo de Cádiz. Actualmente existen cuatro almadrabas, situadas en Conil de la Frontera, Barbate, Zahara de los Atunes y Tarifa.

El pulpo es otra de las especies que más atractivo tiene para los turistas, estando la flota del Golfo de Cádiz en una situación inmejorable, puesto que el número de embarcaciones artesanales que se dedican a su pesca está en torno a las 300.

Un lugar destacado es la desembocadura del Río Guadalquivir tanto por su excepcional entorno como su riqueza pesquera (langostino, acedía, choco, espáridos, lubina, corvina y marisqueo) por lo que se sitúa en un lugar de privilegio para el desempeño de la actividad de pesca-turismo y turismo marinerero. Las embarcaciones de artes menores y dragas censadas en los puertos de Chipiona, Rota y Sanlúcar de Barrameda son las que se beneficiarían de esta situación. Lo mismo ocurre con la desembocadura del Guadiana y en este caso para las excursiones de turismo marinerero y en especial para posibles rutas con los mariscadores de Isla Cristina.

Especial relevancia tienen los corrales de pesca en Rota y Chipiona (cercado formado por una barricada de piedra o madera de forma más o menos semicircular y de una altura aproximada de 1,5 metros, que se construye en la zona que queda al descubierta durante la bajamar). Esta práctica pesquera milenaria tiene un gran potencial turístico, tanto por su espectacularidad como por la sencillez de organizar rutas turísticas.

El marisqueo a pie es una actividad muy importante en el Golfo de Cádiz, principalmente en las costas de Huelva para la recogida de la coquina. El número de licencias supera las 300 personas.

— Rentabilidad

La opinión generalizada de todas las asociaciones consultadas es que la rentabilidad de la actividad pesquera es aceptable. Esta situación puede suponer un cierto hándicap para que los pescadores decidan buscar fuentes de ingresos alternativas, como es la actividad de pesca-turismo.

— Horario

Las largas jornadas laborables del sector pesquero en el Golfo de Cádiz es la principal dificultad que presenta la implantación generalizada de la actividad de pesca-turismo, por lo que es necesario tener en cuenta los casos particulares de cada embarcación, ya que es muy difícil encontrar un número suficientes de turistas que opten por embarcarse 18 horas (barcos de arrastre) o toda la noche (cerco y en determinadas artes menores) y que hagan rentable la inversión.

Además, son muchos los barcos de artes menores que trabajan en torno a las 12 horas durante su jornada de pesca habitual. Ello hace muy difícil el que puedan dedicar tiempo en este caso a la actividad de turismo marinerero, que se desarrolla fuera del horario habitual de pesca.

Hay que tener en cuenta que el horario habitual que buscan mayoritariamente los turistas en las excursiones de pesca-turismo es de 6 am a 12 (6 horas), y se trata principalmente de turismo familiar. En las excursiones de turismo marinerero en barco la duración suele ser de 3 horas. A medida que nos separamos de ese horario ideal se van perdiendo posibilidades de encontrar turistas que quieran embarcarse, con la consiguiente caída de la rentabilidad.

En artes menores, la diferencia entre salir de puerto a las 5 am o las 6 am es de una hora, pero en la práctica es abismal si lo que se pretende es conseguir un número importante de turistas que aporten ingresos extras. Son muchos los pescadores que realizan la actividad de pesca-turismo que han variado un poco los horarios cuando llevan turistas con el fin de captar un mayor número. En la práctica un pesquero que sale a las 6 am suele tener 10 veces más excursiones que otro que inicia la navegación con turistas a las 5 am o las 4 am.





Lonjas

La principal lonja del Golfo de Cádiz es la de Isla Cristina, según el volumen de capturas. Le siguen Cádiz capital, Punta Umbría y la lonja de Bonanza en Sanlúcar de Barrameda.

Por valor económico, la principal lonja del Golfo de Cádiz vuelve a ser la de Isla Cristina, con una facturación que supera los 37 millones de euros. La segunda lonja en facturación es la de Bonanza, con 20 millones de euros. Le siguen Ayamonte con 17 millones, Cádiz con 14 y Punta Umbría con casi 12 millones de euros, según "El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz".

	PROVINCIA	LONJA	PESO (Kg.)	VALOR (euros)	PRECIO MEDIO (euros/kg.)
	Cádiz	Algeciras	521.589	894.729,92	1,72
		Barbate	2.150.024	4.572.319,13	2,13
		Bonanza	3.908.251	20.213.966,43	5,17
		Sanlúcar (centro de expedición)	613.307	2.178.628,83	3,55
		Cádiz	7.762.298	14.145.740,11	1,82
		Chipiona	379.017	1.790.582,37	4,72
		Conil	412.298	3.514.560,70	8,52
		La Atunara	368.277	992.411,94	2,69
		Puerto Santa María	1.802.641	5.960.047,43	3,31
		Rota	155.311	981.318,61	6,32
	Tarifa	365.211	3.321.932,75	9,10	
	Huelva	Ayamonte	2.084.531	17.098.439,04	8,20
		Huelva	237.634	1.780.499,54	7,49
		Isla Cristina	10.952.167	37.031.480,63	3,38
Punta Umbría		6.936.569	11.649.444,80	1,68	

Fuente: El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz.

La principal lonja del Golfo de Cádiz es la de Isla Cristina, según el volumen de capturas

Las visitas a las lonjas, dentro de las actividades de turismo marino, presenta un gran potencial de desarrollo de cara a obtener unos ingresos complementarios para los pescadores. Su actividad es constante y el horario de funcionamiento se adapta perfectamente al desarrollo de visitas turísticas.

La mayoría de las lonjas reúnen las condiciones necesarias para poder ser visitadas, excepto las de Chipiona, Tarifa y Ayamonte, según sus responsables. En otras como Barbate e Isla Cristina ya se realizan rutas guiadas, pero los beneficios económicos no revierten en las asociaciones pesqueras.



6.2 PERSPECTIVAS DE FUTURO POR MODALIDADES DE PESCA

Dada la complejidad de los factores a tener en cuenta a la hora de analizar las perspectivas de desarrollo de la actividad de pesca-turismo y turismo marinerero en el Golfo de Cádiz, es necesario poner el foco en la situación de cada puerto pesquero y las distintas modalidades de pesca que tienen lugar.

Por ello vamos a hacer un análisis detallado de las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero que tienen más potencial de desarrollo en cada puerto y por modalidades. Un punto crucial es el horario. En artes menores en muchas ocasiones dista mucho el horario real del oficial y cada pescador suele tener sus horarios propios. De ahí que en este estudio realizaremos propuestas para intentar compaginar la actividad pesquera con unos horarios que sean reales con la demanda turística.

La gran ventaja que tiene desarrollar la actividad de pesca-turismo es que se realiza durante el horario habitual de pesca, por lo que el pescador va a salir a la mar, tanto si embarca a turistas como si no, por lo que cualquier ganancia que pueda obtener por el turismo es un complemento a sus ingresos habituales.

6.2.1 PESCA DE ARRASTRE

Los barcos de arrastre reúnen todos los requisitos de habitabilidad que establece el Real Decreto de pesca-turismo. Además, suelen contar con el número de plazas de balsa suficiente para embarcar turistas, por lo que la inversión necesaria en elementos de seguridad prácticamente se reduce a los chalecos con radiobaliza.

El problema reside en su horario. Pueden estar en la mar de 3 am a 21 pm (18 horas), aunque algunos acortan su jornada y entran a puerto a mitad de tarde. Es difícil encontrar a turistas que estén dispuestos a embarcarse 18 horas. Además, la tripulación tendría posiblemente que compartir las literas con los visitantes en jornadas tan largas.

El estado de la mar también es un condicionante importante. Por regla general, entre el 50% y el 70% de los días en verano hace un tiempo aceptable para salir a la mar con turistas, pero el oleaje se acentúa a medida que nos alejamos de la costa y las embarcaciones de arrastre operan habitualmente muchas millas mar adentro, por lo que los días en los que se podrían embarcar a turistas se reducen drásticamente.

Una ventaja es la posibilidad de degustar auténticos platos marinerros con las capturas del momento, lo que permite elevar el precio de las excursiones al incluir la comida.

Los viajes turísticos para ver delfines pueden convertirse en una importante fuente de ingresos, llegando a acuerdos con una segunda embarcación que sería la encargada de trasladar a los turistas al punto donde se halla el barco de arrastre en un momento fijado con antelación. Esta modalidad de turismo marinerero la desarrollaremos en el estudio en el capítulo destinado a las actividades que se pueden explotar comercialmente.



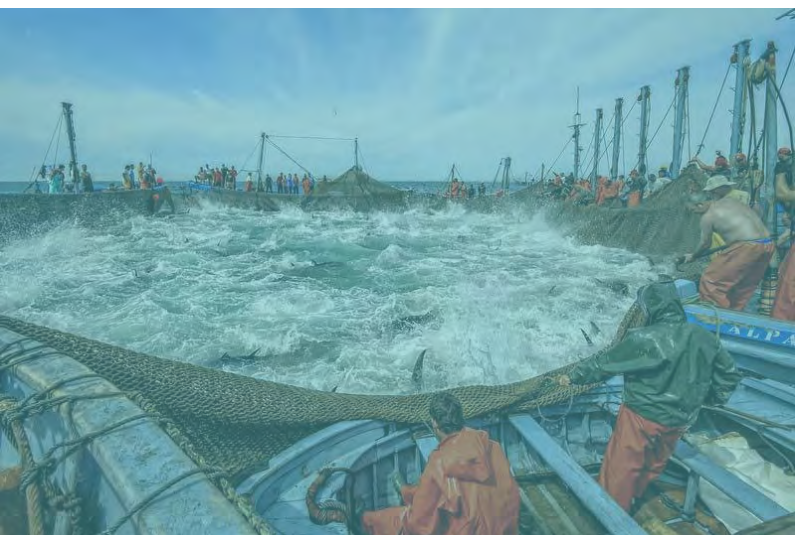
Los viajes turísticos para ver delfines pueden convertirse en una importante fuente de ingresos



6.2.2 PESCA DE CERCO

La habitabilidad en los barcos de cerco es menor que en las embarcaciones de arrastre, pero reúne las condiciones necesarias para la actividad de pesca-turismo. En este caso se suele contar con plazas de balsa y chalecos suficientes por lo que no hay que hacer inversiones en elementos de seguridad.

El horario oficial es de 7 de la tarde (domingos 10 de la noche) y la entrada a puerto debe ser antes de las 14 horas, aunque habitualmente se sale sobre las 10 de la noche y se vuelve entre las 9 y las 12 horas. En este caso, también es difícil encontrar un volumen importante de turistas dispuestos a embarcarse toda una noche y que haga rentable la actividad. De todas formas, hay que tener en cuenta, que, puesto que la inversión es mínima, sería rentabilizada en poco tiempo. Además, en otros países como Portugal es una práctica habitual con gran éxito.



Debido a la duración de una excursión de en pesca-turismo pesqueros de cerco se debe necesidad contemplar la de ofrecer algún tipo de comida al visitante. En este caso cualquier plato gastronómico en torno al boquerón sería la estrella de la degustación y un aliciente para embarcarse. Ello hace que se pueda elevar el precio que se cobra por excursión.

En este caso el estado de la mar no es un hándicap tan acentuado como en los barcos de arrastre puesto que operan más cerca de la costa que estos últimos.

Al igual que los pesqueros de arrastre, los barcos de cerco también podrían beneficiarse del turismo de avistamiento de delfines.

6.2.3 ALMADRABAS

La pesca del atún rojo es una de las que presentan más potencial en los puertos de Cádiz donde se desarrolla (Barbate, Conil, Zahara y Tarifa). Reúne todos los requisitos para ser la estrella de las excursiones de pesca-turismo y turismo marinerero: la espectacularidad de su pesca, su tradición milenaria, la importancia de su cultura en el Golfo de Cádiz, la compatibilidad horaria con los deseos de los turistas y su temporada de pesca (de mediados de abril a mediados de julio) que coincide con una gran afluencia de turistas.

Su horario oscila entre las 5-6 am y las 10-11 am lo que es ideal para lo que mayoritariamente piden los turistas. Además, este horario da acceso a un segmento de mercado muy importante como es el turismo familiar. Habitualmente en la pesca del atún participan una media de 6 embarcaciones, por lo que no presenta problemas para destinar y acondicionar algunos de los barcos auxiliares para llevar turistas sin que exista peligro. Además, un factor muy importante a tener en cuenta es que las embarcaciones auxiliares de pesca en función de su eslora pueden llevar el doble de turistas que un barco de artes menores. Así con una eslora L inferior a 8 metros (10 metros de eslora total) puede embarcar a 4 personas, mientras que entre 8 y 12 metros (más de 10 metros de eslora total) se permite hasta 8 turistas.

Las excursiones que tienen como eje la pesca del atún están especialmente indicadas para complementarlas con otras actividades de turismo marinerero sobre todo llegando a acuerdos con algún restaurante que ofrezca algunos de estos platos tan primordiales en la gastronomía de Cádiz. De esta forma, se puede comercializar la excursión de pesca en solitario o un paquete que incluya la excursión y la degustación, lo que aumentaría notablemente la rentabilidad.

6.2.4 DRAGAS HIDRÁULICAS Y DE RASTRO

Una gran parte de las dragas, tanto las hidráulicas como las de rastro, reúnen los requisitos de habitabilidad para desarrollar la actividad de pesca-turismo, siendo las embarcaciones relativamente modernas (unos 20 años de antigüedad). Además, un número importante tiene entre unos 12 metros y 15 de eslora y cuentan con 3 tripulantes.

La captura de la chirla, mediante dragas, se realiza principalmente en los puertos de Isla Cristina, Punta Umbría, Chipiona y Sanlúcar de Barrameda, aunque en estos dos últimos se atraca en el puerto de Bonanza,



que es donde se encuentra el centro de expedición.

Las excursiones en dragas operan relativamente cerca de la costa (en torno a 1:30 horas de navegación hasta el caladero) y su horario habitual suele ir desde las 5 am hasta las 8-12 de la mañana, por lo que es compatible con lo que busca el turista medio

Su pesca no es tan atractiva como la del atún, el pulpo o el trasmallo, pero, además de su horario, tiene la ventaja de que puede ser complementada con otras actividades de turismo marinerero, como pueden ser visitas al puerto pesquero, la lonja y alguna degustación de este molusco tan tradicional en el Golfo de Cádiz.

6.2.5 ARTES MENORES /TRASMALLO

La flota de artes menores es la más numerosa en el Golfo de Cádiz con unas 600 embarcaciones, casi el 70% del total. Muchas de estas embarcaciones, debido a su antigüedad, requieren inversiones para mejorar su habitabilidad. Otro factor a tener en cuenta es que quedan descartadas todas aquellas que solo cuenten con 1 tripulante.

Otra cuestión determinante es la de la rentabilidad. Una gran parte de esta flota de artes menores tiene menos de 10 metros de eslora total y en ese caso solo podrían embarcar 2 turistas.

En cambio, las embarcaciones con más de 10 metros de eslora total, y que habitualmente cuentan con 3 tripulantes, se hallan en una situación inmejorable para realizar pesca-turismo, principalmente por el horario de pesca, que se amolda en muchos casos a lo que piden los turistas, y, además, tienen la posibilidad de compaginar las excursiones de pesca-turismo con las de turismo marinerero (llevar turistas fuera del horario de pesca habitual).

No se puede establecer un patrón común para la flota de artes menores porque cada barco tiene horarios diferentes, que además se van modificando en función de las épocas del año y de las pesquerías que se realizan en cada momento.

De todas formas, son muchos los pesqueros que salen sobre las 6 de la tarde a echar las redes y este momento se puede aprovechar para embarcar turistas en una excursión de la modalidad de turismo marinerero. A la mañana siguiente cuando salen a recoger las redes sobre las 5 am con vuelta a mediodía sería el momento de hacer la excursión de pesca-turismo. Así se obtiene la mayor rentabilidad, puesto que se está en

condiciones de embarcar 8 turistas al día en temporada alta, sin que suponga una inversión mayor ni más costes en gasóleo, puesto que el pescador va a salir a la mar tanto con turistas como sin ellos.

6.2.6 ARTES MENORES / PULPO

La pesca del pulpo, mediante el sistema de altramuces o nasas, es la que más potencial tiene en la flota de artes menores, tanto por el número de embarcaciones que se dedican a ella en el Golfo de Cádiz como por su vistosidad, sobre todo para el segmento de turismo familiar, que es el más interesado en las actividades de pesca-turismo.

El horario es el idóneo para diseñar una excursión de pesca-turismo puesto que se puede ajustar de 6 am a 13 pm, lo que permite llegar a un volumen importante de turistas. Además, por las tardes se podrían realizar excursiones en la modalidad de turismo marinerero.



6.2.7 MARISQUEO A BORDO

El marisqueo a bordo es una modalidad de pesca que se realiza con embarcaciones de lista 7 y en barcos que tienen una eslora que va desde los 4,5 metros a los 7. Uno de los lugares con más tradición es Isla Cristina. A pesar de lo llamativo que es este tipo de marisqueo que consiste en que un buzo se sumerge para capturar el tradicional longueirón o longuerón (un tipo de navaja) y que el horario sería idóneo (de 7 am a 13 horas) presenta importantes problemas.

El primero y principal es el referido a las autorizaciones, ya que al ser embarcaciones de lista 7 no se ajustan a lo requerido en el Real Decreto de pesca-turismo. El camino a seguir sería lograr un permiso de la Junta de Andalucía en el marco de su decreto y posiblemente en lo referido a la acuicultura, aunque existen dudas legales, tal como está redactada dicha normativa. Otro problema es la climatología en el mar, puesto que es imprescindible que las aguas estén claras y tener en cuenta las mareas. Ello, unido a que como mucho se podrían llevar 2 turistas atendiendo a la eslora de los barcos, hace que sea difícil lograr una rentabilidad importante.



6.2.8 MARISQUEO A PIE

Esta modalidad de turismo marineru tiene un gran éxito en Galicia donde se realiza principalmente por las mariscadoras de Cambados, Carril y Redondela, aunque en los últimos años se está extendiendo a todas las rías. En el Golfo de Cádiz se practica en varios puntos del litoral, como en Isla Cristina por la asociación de mariscadores de la zona, que la forman unas cuarenta personas que se dedican a la recolección de la coquina, Punta Umbría, Ayamonte, Doñana, etc.

Esta práctica de marisqueo tiene un gran potencial como actividad de turismo marineru y acuícola. Tiene la ventaja de que se pueden organizar grupos numerosos y que la actividad dura 1:30 horas, por lo que está especialmente indicada para familias con niños.

El único inconveniente es que es necesario establecer un punto de reunión porque se cambia a menudo de zona y que al depender de las mareas solo es factible realizar la actividad unos quince días al mes.

Un punto importante a destacar es la importancia medioambiental de los espacios donde habitualmente se desarrolla este tipo de marisqueo, que suelen contar con una gran riqueza y variedad de aves, lo que es un destacado reclamo a la hora de diseñar posibles rutas turísticas.

6.2.9 CORRALES DE PESCA

Los corrales de pesca en Rota y Chipiona tienen un gran potencial turístico mediante la modalidad de turismo marineru, tanto por su espectacularidad e historia milenaria como por la sencillez a la hora de organizar rutas con visitantes.

Actualmente en ambos casos las visitas a los corrales son gratuitas y gestionadas por los respectivos ayuntamientos. El interés se centra en dar a conocer el carácter cultural de esta tradicional pesquería.

A pesar de esta premisa de gratuidad y estar gestionados los corrales por organizaciones sin ánimo de lucro, pueden establecerse nuevas vías de financiación para añadir ingresos complementarios a las subvenciones municipales, con el fin de mejorar los propios corrales, las rutas diseñadas o el funcionamiento de las asociaciones.

Las visitas a los corrales tienen un gran potencial turístico que todavía pueden mejorar su explotación de cara a rentabilizar las visitas. Se trata de rutas ideales para hacer en familia con una duración óptima de unas dos horas y una pesca de sargos, doradas, lubinas o pulpos, que la hace muy atractiva a los ojos de los visitantes, que incluso podrían participar en algunas fases del proceso.

En el caso de los 5 corrales de Rota, gestionados por la asociación de corraleros y pescadores a pie, cuentan con una ruta muy bien diseñada y atractiva que incluye la visita a los corrales, la proyección de un audiovisual, una degustación y venta de libros (que sirve para financiarse).

Proponemos ampliar el merchandising con la venta de camisetas, gorras y llaveros, así como llegar a un acuerdo con el restaurante donde se realiza la degustación para fomentar que el turista se quede a comer, mediante algún sistema de vale-descuento. El menú estaría basado en las capturas que el visitante acaba de presenciar y del que se llevaría un porcentaje la asociación de corraleros

En el caso de los 9 corrales de Chipiona, gestionados por la asociación de mariscadores Jarife, con 380 voluntarios asociados, proponemos potenciar las visitas mediante la creación de una ruta turístico-cultural, similar a la de Rota y que incluya merchandising y degustaciones como nuevas fuentes de ingresos.

En ambos casos y puesto que las dos asociaciones cuentan ya con página web cabe la posibilidad de establecer algún sistema de venta de entradas, ya sea gratuito o con un precio reducido, con el fin de potenciar las visitas y lograr una financiación adicional.





6.3 PERSPECTIVAS DE FUTURO DE LAS LONJAS

Las lonjas del Golfo de Cádiz están en una situación inmejorable para convertirse en un auténtico polo de atracción para el turismo y proporcionar unos ingresos complementarios para las cofradías de pescadores y asociaciones de armadores que las explotan. Su actividad constante a lo largo de todo el día permite diseñar rutas de turismo marinerero que tendrían una gran aceptación.

A modo genérico se podrían establecer dos rutas al día. La primera coincidiendo con el desembarco de los barcos de cerco por las mañanas y otra a mitad de tarde aprovechando la llegada de las embarcaciones de arrastre.

Estas rutas de turismo marinerero en las que profundizaremos más adelante en el estudio en el capítulo dedicado al diseño de actividades podrían constar, además de la visita a lonja, de un paseo por el puerto pesquero durante la que se explicarían las distintas modalidades y artes de pesca, una degustación de pescado y, en aquellos casos en los que sea posible se puede añadir algún lugar de interés, como por ejemplo en Barbate con los talleres de rederas.

El volumen de posibles visitantes sería muy alto porque en los meses de temporada baja podrían organizarse rutas con los colegios, como ya ocurre en Isla Cristina, Conil y Sanlúcar, por ejemplo, e incluso con clubes de tercera edad, mientras que en temporada alta se puede llegar a todo tipo de turismo.

La organización de estas rutas podría realizarse a través de las asociaciones de mujeres de la pesca o empresas de guías turísticas, de tal forma que su gestión no recayera en las cofradías de pescadores, que ya de por sí van muy cargadas de trabajo y es muy complicado que puedan hacerse cargo de las mismas.

La mayoría de las lonjas reúnen las condiciones necesarias para poder ser visitadas, excepto la de Chipiona, Tarifa y Ayamonte, según sus responsables. También en muchas de ellas hay facilidades de aparcamiento y están bien señalizadas.

La mayoría de las lonjas reúnen las condiciones necesarias para poder ser visitadas

6.4 PERSPECTIVAS DE FUTURO POR PUERTOS PESQUEROS

Intentaremos establecer algunas pautas genéricas y a modo de ejemplo para una futura implantación de las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero respecto a cada puerto pesquero, ya que es imprescindible que cada embarcación de manera individual analice el tipo de pesca que realiza, sus horarios, el número de turistas que puede llevar, la inversión necesaria... para decidir si le es rentable realizar las distintas experiencias de diversificación pesquera y cómo puede encajarlas en su jornada de pesca o fuera de ella. Nos detendremos en la flota de artes menores y las lonjas, puesto que la situación del arrastre y el cerco es prácticamente idéntica en todos los puertos. Por lo que se refiere al estado de la mar, en la provincia de Huelva generalmente el 70% de los días en verano hace buen tiempo para embarcar a turistas, mientras que en la provincia de Cádiz se reduce hasta el 50%. Los datos referidos al número de embarcaciones por puertos están extraídos del estudio "El Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz".





Ayamonte

Ayamonte cuenta con una importante flota de artes menores que se dedica a la pesca del pulpo, que encaja perfectamente para diseñar una ruta de pesca-turismo. La mayoría de las embarcaciones cuentan con 3 tripulantes y muchos de los barcos superan los 10 metros de eslora total, por lo que podrían embarcar hasta 4 turistas. Además, el 70% de los días en temporada alta hace buen tiempo en el mar para llevar a bordo visitantes.

El principal problema es el horario que habitualmente va de 3 de la madrugada hasta las 11 o 12 de la mañana. En este caso propondríamos retrasar la salida a las 5 o 6 am si fuera posible.

Respecto a la Lonja, no cumple condiciones para ser visitada, según sus responsables, y existen problemas de aparcamiento.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Huelva	Ayamonte	61	12	0	1	2	46	30

Isla Cristina

En Isla Cristina las embarcaciones con más potencial para desarrollar la actividad de pesca-turismo son las dragas y las de artes menores que se dedican al pulpo tanto por el estado de los barcos, ya que se trata de una flota modernizada con un gran número de embarcaciones con casco de poliéster y por los horarios en los que realizan las pesquerías.

En el caso de las dragas, que en su mayoría tienen más de 10 metros de eslora y podrían embarcar 4 turistas, el horario de pesca va de 5 de la mañana hasta las 12 del mediodía, por lo que se ajusta a lo que pueden demandar los turistas.

Aunque no se puede establecer un patrón común, muchas de las embarcaciones dedicadas a la pesca del pulpo salen de puerto sobre las 6 de la mañana y regresan sobre las 13 horas, lo que encajaría con el horario ideal para una excursión de pesca-turismo. No obstante, hay un buen número que parten a las 4-5 de la madrugada y no atracan hasta las 4 de la tarde. En el caso de estas últimas, tendría que darse de comer a bordo a los turistas si se quiere diseñar una ruta que tenga éxito.

Una última ventaja que tendrían las excursiones de pesca-turismo en dragas y en embarcaciones de artes menores es que el 70% de los días en temporada alta hace buen tiempo en el mar por lo que podrían embarcar turistas de forma continua durante los meses de verano, incrementado notablemente la rentabilidad.

El horario habitual de pesca en las embarcaciones de artes menores permite que se puedan diseñar adicionalmente rutas de turismo marineró en el mar durante las tardes.

La Lonja de Isla Cristina ya cuenta con visitas organizadas, que explota una empresa externa y que incluye una ruta guiada por el puerto. En este caso la cofradía de pescadores no recibe ninguna remuneración, ya que la empresa se encarga de todo, principalmente de que el paso de personas por las instalaciones esté controlado.

Podría contemplarse añadir a la ruta una degustación de pescado, mediante acuerdos con un establecimiento cercano, y replantearse que la empresa que se beneficia de esta actividad pague, al menos, alguna pequeña bonificación por cada visitante. Hay que tener en cuenta que las instalaciones están en funcionamiento desde las 3:30 de la tarde hasta las 9 de la noche, por lo que hay margen para establecer varios grupos de visita en una misma jornada. Un hándicap es el aparcamiento, ya que es difícil encontrar estacionamiento en la zona.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Huelva	Isla Cristina	175	37	20	0	37	111	63



— Lepe

En Lepe hay que tener en cuenta que hay 64 embarcaciones censadas, pero la mayoría opera en otros puertos. La flota que se podría beneficiar de las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero es la de artes menores dedicada al trasmallo y a la pesca del pulpo bajo la modalidad de los alcatruces.

Los pesqueros de trasmallo que pescan principalmente lenguados y langostinos se dividen en dos grupos. Los primeros calan a las 8 de la noche, duermen en el mar y no regresan a puerto hasta el día siguiente, lo que les imposibilita a rentabilizar la actividad de pesca-turismo, aunque podrían hacer excursiones de turismo marinerero en algún momento del resto de la jornada.

El segundo grupo cala las redes sobre las 6 de la tarde y vuelven a puerto (esta salida podría ser un momento óptimo para hacer una ruta de turismo marinerero). Al día siguiente suelen partir sobre las 5 de la mañana y regresan al muelle antes de las 14 horas, por lo que entra dentro de los parámetros horarios de una excursión de pesca-turismo rentable.

Lo mismo ocurre con la pesca del pulpo cuyo horario habitual suele ser de entre las 5 de la mañana y las 14 horas. En este caso, las excursiones de turismo marinerero podrían hacerse por las tardes.

La zona de Lepe tiene la ventaja de que el 75 por ciento de los días hace buen tiempo en el mar, pero el principal problema que se encontrarían las embarcaciones que quieran dedicarse a estas actividades es que, al tener una eslora inferior a los 10 metros, solo podrían embarcar 2 turistas por excursión.

Lepe no cuenta con Lonja, aunque tiene un fácil aparcamiento en las proximidades del puerto pesquero.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Huelva	Lepe	61	10	1	0	5	51	16



Punta Umbría

La mayoría de la flota de artes menores de Punta Umbría se halla en una situación privilegiada para desarrollar la actividad de pesca-turismo y turismo marinerero por los horarios de pesca habituales, que se adaptarían fácilmente a la demanda turística. Otra ventaja es que el 70% de los días de temporada alta hace buen tiempo en el mar.

Las embarcaciones de trasmallo, que principalmente pescan langostinos en verano, suelen calar por la tarde-noche y vuelven a salir de puerto sobre las 6 de la mañana a recoger las redes, regresando entre las 9 y las 10 horas. La salida de la tarde para calar se puede aprovechar para diseñar una ruta de turismo marinerero, mientras que el horario de la mañana es óptimo para excursiones de pesca-turismo. El mayor problema es que la inmensa mayoría de estos pesqueros no sobrepasan los 10 metros de eslora total, por lo que no podrían llevar más de 2 turistas.

La flota dedicada a la pesca del pulpo es la de mayor tamaño (barcos de más de 10 metros de eslora con 3 tripulantes de media) y su horario habitual de 4 am con vuelta entre las 10 y las 13 horas, lo que permitiría celebrar excursiones de pesca-turismo, aunque aconsejaríamos retrasar al menos a las 5 am la salida de puerto. Las tardes las tendrían libres para las rutas de turismo marinerero.

La importante flota de dragas de Punta Umbría, con embarcaciones de entre 12 y 15 metros de eslora y 3 tripulantes, tiene un horario ideal para las excursiones de pesca-turismo, puesto que parten a las 5 de la madrugada para ir regresando entre las 8 y las 12 del mediodía.

La lonja de Punta Umbría, considerada una de las mejores de Andalucía, tiene un gran potencial para diseñar en torno a ella una ruta de turismo marinerero, que podría incluir una visita al taller de rederas.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Huelva	Punta Umbría	108	11	18	0	35	78	28

Un problema de la flota de Punta Umbría y que es generalizado en todo el Golfo de Cádiz es que la inmensa mayoría de las embarcaciones de artes menores están ajustadas a la tripulación mínima por lo que necesitarían invertir en chalecos y balsas, además de realizar una nueva prueba de estabilidad, para poder embarcar más personas.

La lonja de Punta Umbría, considerada una de las mejores de Andalucía, tiene un gran potencial para diseñar en torno a ella una ruta de turismo marinerero, que podría incluir una visita al taller de rederos.

Un último factor a tener en cuenta es que Punta Umbría multiplica por diez su población en verano (De 15.000 a 150.000 personas) con la particularidad de que muchos de los visitantes tienen casa propia, siendo este segmento turístico el de mayor potencialidad para las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero en general. Además, es mucho más factible cambiar los días de las excursiones en el mar por mal tiempo sin tener que anularlas, ya que es fácil encontrar otra fecha que encaje con los turistas si pasan en la localidad largas temporadas.



Barbate

La flota de artes menores de Barbate tiene unos horarios óptimos para desarrollar tanto las actividades de pesca-turismo (por las mañanas) como las de turismo marinero (por las tardes), puesto que tanto las de trasmallo como las de la pesca del pulpo suelen salir a calar o poner las trampas por las tardes sobre las 5 y vuelven a salir del muelle sobre 7 de la mañana y regresan en torno a las 11.

Además, las rutas de turismo marinero pueden incluir y utilizar como reclamo el parque natural de la Breña y las Marismas, así como los acantilados de Barbate.

Los dos problemas que presenta Barbate es que los barcos de artes menores son muy viejos y que solo sería óptimo el 50% de los días para salir al mar con turistas, debido a la intensidad de los vientos de Levante en esa zona del litoral.

En cambio, Barbate presenta la oportunidad de poder explotar con éxito las excursiones a las almadrabas. (Ver apartado almadrabas en la página 46).

Lo mismo ocurre con la lonja cuya ruta de turismo marinero puede incluir el taller de rederas. Además, puede ser la asociación de mujeres del mar las que se encarguen de explotar este tipo de excursiones.

El puerto pesquero de Barbate cuenta con facilidades de aparcamiento, aunque las instalaciones se encuentran en mal estado.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Barbate	52	4	25	0	25	25	20

Chipiona

La flota pesquera de Chipiona es principalmente de artes menores y se trata de embarcaciones relativamente modernas que pescan con redes mayoritariamente.

Destacan sobremanera para la actividad de pesca-turismo, los que se dedican a la captura del bonito, ya que se trata de una actividad espectacular y con un horario óptimo, de 8 de la mañana y con vuelta a puerto sobre las 11 am, para embarcar turistas. Además, un importante número de estas embarcaciones tiene más de 10 metros de eslora y 3 tripulantes, por lo que pueden embarcar 4 visitantes.

Un horario óptimo es también el de los pesqueros que realizan la pesca de la dorada con salida a las 7 de la mañana y vuelta a puerto sobre el mediodía.

En peor posición, en función del horario, figura la pesca del langostino, ya que la salida es a las 4 de la madrugada y el regreso a mediodía.

En todos los casos se puede implantar fácilmente rutas de turismo marinero por las tardes, e incluso en el caso del bonito en la misma mañana después de la vuelta de la jornada de pesca. De 11 am a 14 horas, que es una hora perfecta para el turismo familiar.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Chipiona	58	2	0	0	1	58	29



El mayor problema que se puede presentar para la actividad de pesca-turismo y turismo marinero es el estado de la mar, ya que solo la mitad de los días en verano hace buen tiempo para salir con turistas.

Por lo que se refiere a posibles visitas a la Lonja, no sería posible debido a su estructura, ya que, al ser muy estrecha, los turistas entorpecerían el trabajo que habitualmente se desarrolla.

No hay problema de aparcamiento en las proximidades del puerto, ya que existe un estacionamiento de pago en las inmediaciones, lo que es de gran ayuda en un municipio tan turístico como Chipiona con una gran afluencia de visitantes en verano, y con los problemas de aparcamiento que ello conlleva. También la Autoridad Portuaria podría permitir a los turistas el aparcamiento en las instalaciones.

Conil

Prácticamente la totalidad de la flota pesquera de Conil es de artes menores, con embarcaciones modernizadas y con un importante número con más de 10 metros de eslora y 3 tripulantes.

El principal problema que presenta para desarrollar la actividad de pesca-turismo son los horarios habituales de pesca, que son difíciles de compaginar con lo que buscan habitualmente los turistas. En el caso de los que se dedican al trasmallo para la pesca de salmonetes y besugos suelen salir de puerto sobre las 2 de la madrugada y no regresan hasta las 11 de la mañana.

En mejor situación están los barcos que pescan con anzuelos pargos y corvinas, entre otras especies, ya que suelen salir a la mar a las 6 de la mañana y vuelven a puerto sobre las 4 o 5 de la tarde. En este caso nuestra recomendación es que si se desea llevar turistas regresen antes de la hora de la comida.

En cambio, Conil presenta la gran oportunidad de poder explotar con éxito las excursiones a las almadrabas (Ver apartado almadrabas en la página 46)

Prácticamente la totalidad de la flota pesquera de Conil es de artes menores, con embarcaciones modernizadas y con un importante número con más de 10 metros de eslora y 3 tripulantes

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Conil	57	0	0	0	0	57	53

Por otra parte, el entorno de Conil es excepcional para establecer rutas de turismo marinero por mar, ya que pueden incluir desde los acantilados, el islote de Santi Petri o el faro de Trafalgar hasta el parque natural o las muchas torres que existen.

Otro punto fuerte es la Lonja, que en un futuro se completará con un centro de interpretación, por lo que se puede establecer una ruta de turismo marinero de gran interés. Además, existe la posibilidad de que la gestión de estas visitas sea llevada por la asociación de mujeres del mar de la localidad.

Conil es un municipio muy turístico con un constante lujo de visitantes desde abril hasta octubre. Además, no hay problemas de aparcamiento en las proximidades del puerto pesquero y la lonja.



Puerto de Santa María

La mayor parte de la flota del Puerto de Santa María es de arrastre con salida a las 3 de la madrugada y vuelta a las 9 de la noche, lo que hace muy difícil conseguir el número suficiente de turistas que hagan rentable la actividad.

En cambio, la flota de artes menores, que pesca principalmente el choco y el lenguado, tiene un horario bueno para llevar turistas, puesto que salen de puerto sobre las 6 de mañana y regresan en torno a las 13:30. El principal problema es que la eslora total media no sobrepasa los 10 metros, por lo que solo podrían embarcar 2 visitantes, aunque se trate de barcos relativamente nuevos.

Otro problema añadido es el estado de la mar que solo permitiría embarcar a turistas la mitad de los días de verano. Por el contrario, los pesqueros de artes menores podrían desarrollar rutas de turismo marinerero por las tardes, beneficiándose de que la temporada turística comprende desde abril hasta octubre.

En torno a la Lonja también se pueden establecer rutas de turismo marinerero en tierra. Además, cuenta con una gran explanada junto al puerto pesquero que facilita el estacionamiento.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Puerto de Santa María	22	10	1	0	0	9	5



Rota

La flota de artes menores de Rota, que principalmente se dedica al trasmallo o al pulpo, está modernizada y la mitad de las embarcaciones sobrepasa los 10 metros de eslora total con tres tripulantes, lo que les permitiría poder embarcar 4 turistas.

Los horarios, que van con salidas de entre las 5 am y 6:30 de la mañana y regreso a puerto entre las 13 y las 17 horas de la tarde, pueden ajustarse a la actividad de pesca-turismo y asimismo permiten desarrollar rutas de turismo marinerero por las tardes.

La Lonja también puede ser un polo de atracción de visitantes estableciéndose rutas de turismo marinerero en torno a ella. Cuenta con un gran estacionamiento junto al puesto pesquero, que solo es de pago en julio y agosto.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Rota	31	1	0	0	0	28	19



Sanlúcar de Barrameda

El puerto de Sanlúcar engloba todas las modalidades de pesca del Golfo de Cádiz (arrastre, cerco, dragas, artes menores y pulpo), siendo su flota mayor que la que figura oficialmente en los censos.

Los horarios en artes menores son muy dispares y dependen de cada embarcación y de las temporadas de las diferentes pesquerías. Así nos encontramos con jornadas que van de las 3 de la madrugada a las 7 de la tarde, que hacen muy difícil rentabilizar la actividad de pesca-turismo a otras, como la de la pesca del choco en invierno que es de 5 am hasta las 12 del mediodía y que se ajusta perfectamente a los deseos de los visitantes. Además, esos horarios permiten realizar rutas de turismo marineró por las tardes.

Por lo que respecta a las dragas que se dedican a la chirla el problema es que tardan una hora y media hasta llegar a los caladeros, pero su horario encaja mejor que el de la mayoría de la flota de artes menores.

Sanlúcar se halla en un lugar privilegiado para desarrollar excursiones de turismo marineró en mar, ya que cuenta con el gran atractivo de la desembocadura del Guadalquivir y el parque de Doñana. Cualquier ruta que contemple la subida por el Guadalquivir es garantía de éxito. Además, se podrían realizar de forma óptima durante todo el año.

Sanlúcar se halla en un lugar privilegiado para desarrollar excursiones de turismo marineró en mar, ya que cuenta con el gran atractivo de la desembocadura del Guadalquivir y el parque de Doñana

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Sanlúcar	105	38	13	0	14	57	11

El mayor problema es el tiempo que se ve agravado por las corrientes de la desembocadura del río. El aparcamiento no es problema porque el puerto pesquero está fuera de la ciudad y en las proximidades existe un estacionamiento.

La lonja ya cuenta con visitas organizadas de lunes a viernes y durante todo el año, aunque la mayor actividad se registra en los meses de julio y agosto, en la que están todos los días completos.

La ruta marineró que se realiza es muy completa, ya que incluye la llegada de los barcos de arrastre sobre las 5:30 de la tarde, la descarga del pescado, visita al puerto con explicación de las distintas artes, la subasta de la lonja y visita a los rederos.

Los grupos suelen ser de 10 personas y el precio es de 8 euros con un descuento del 50% para los niños.

Son varias las propuestas que planteamos:

- Puesto que la lonja tiene un horario de 5 de la tarde a 9 de la noche, se pueden establecer varios grupos de visitas en distintas franjas horarias en julio y agosto.
- Incluir una degustación en la ruta, lo que permitiría aumentar el precio. Es el caso de Villajoyosa que por una ruta similar está cobrando 20 euros al incluir una tapa en el recorrido. Incluso sin degustación hay margen para subir hasta los 12 euros, sobre todo en verano.
- Potenciar las visitas escolares y de clubes de tercera edad durante los meses de invierno, ya que actualmente solo se realizan unas 3 rutas al mes en esa época



La Línea-Atunara

La flota pesquera de la Línea en el puerto de la Atunara es exclusivamente de artes menores y opera en el caladero Mediterráneo. Hay que tener en cuenta que toda la flota tiene licencia tanto para rastro remolcado como para otras artes de pesca artesanal y que las combina en función de las épocas y vedas o de la rentabilidad de las capturas en cada momento.

Habitualmente en verano la mayoría de los barcos se dedican al marisqueo (28 embarcaciones). Suelen salir de puerto sobre las 5 de la madrugada y regresan a las 9 de la mañana. Son embarcaciones que no sobrepasan los 10 metros de eslora, por lo que únicamente podrían llevar 2 turistas. Otro problema es que sus horarios, al comenzar tan temprano (hay algunos que incluso salen a medianoche) se alejan de lo que buscan los turistas.

En mejor situación se halla la flota de redes, que pescan principalmente pargos y doradas. Parten sobre las 5 de la madrugada y regresan entre las 10 y las 11 de la mañana. Estos horarios permitirían realizar también por las tardes rutas de turismo marinerero en mar, aunque hay que tener en cuenta que estos pesqueros no sobrepasan los 10 metros de eslora total y no podrían llevar más de 2 turistas.

Otro factor importante es el estado de la mar, que solo permitiría embarcar a turistas la mitad de los días de verano.

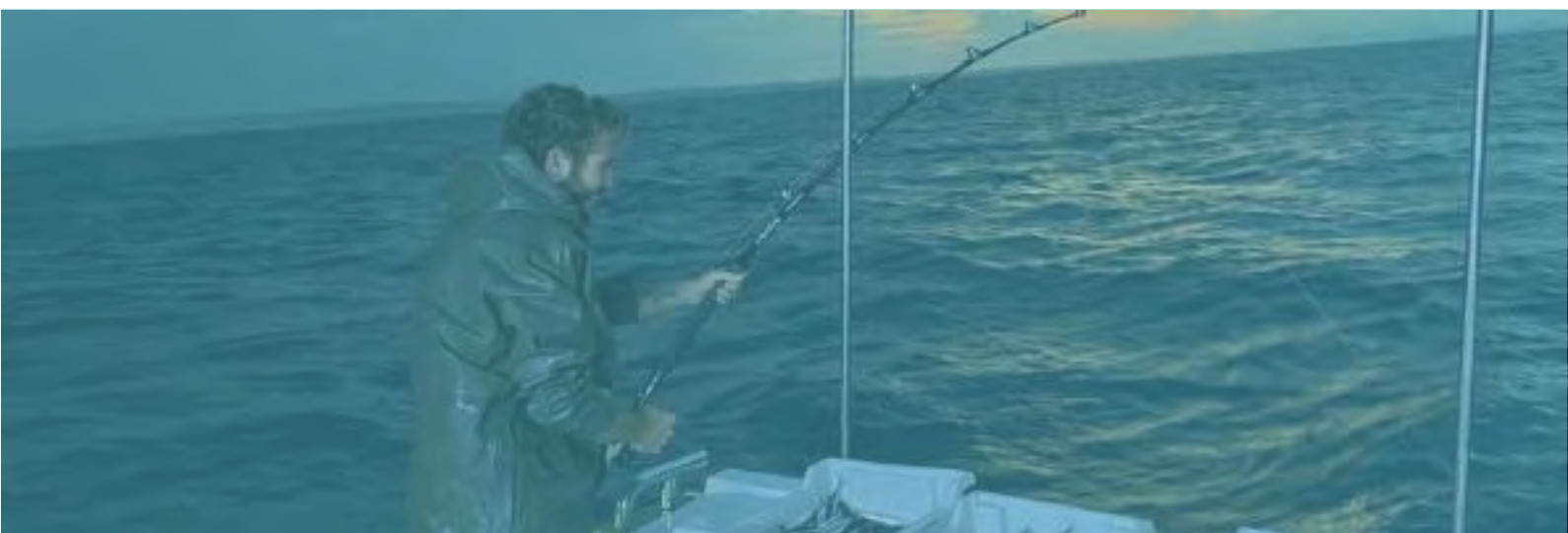
La Lonja también puede ser un polo de atracción de visitantes, estableciéndose rutas de turismo marinerero en torno a ella. Además, existe aparcamiento en las proximidades del puerto pesquero.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Atunara	39	0	0	0	39	39	3

Tarifa

La flota pesquera con base en el puerto de Tarifa suma medio centenar de embarcaciones, en su inmensa mayoría de artes menores y opera indistintamente en el caladero Mediterráneo y Atlántico debido a su situación geográfica privilegiada.

La mayoría de los pesqueros se dedican a la pesca del atún rojo de junio a septiembre, lo que los coloca en una situación inmejorable para desarrollar la actividad de pesca-turismo, puesto que es la experiencia más demandada por los turistas gracias a su espectacularidad.



El mayor problema es que generalmente las embarcaciones no superan los 10 metros de eslora por lo que como máximo podrían embarcar a 2 turistas y además están poco modernizados. Otro factor importante a tener en cuenta es la situación meteorológica debido a los fuertes vientos, que reducirían a la mitad los días que se podrían llevar visitantes en la temporada estival.

El horario, que varía de forma considerable en función de las mareas, se dividirá en dos grandes grupos. Así nos encontraríamos con salidas sobre las 5 am con llegada a puerto sobre las 12 del mediodía o en horario vespertino de 4 de la tarde a 10 de la noche. En los dos casos se ajustan perfectamente a lo que piden los turistas, sobre todo el horario de mañana.

Estas embarcaciones que se dedican a la pesca del atún rojo también podrían alternar la actividad de pesca-turismo con la de turismo marino durante la semana, ya fuera por las mañanas o por las tardes en función del horario que destinan a las salidas de pesca.

En Tarifa nos encontramos también con una almadraba, al igual que en Conil, Barbate y Zahara de los Atunes, lo que presenta la gran oportunidad de poder explotar con éxito este tipo de experiencias. (Ver apartado almadrabas en la página 46)

La Lonja presentaría dificultades para poder ser visitada, según sus responsables, ya que, a pesar de su amplitud, presenta problemas estructurales para colocar a los turistas sin que entorpezcan las labores de subasta.

El aparcamiento en la zona también presenta dificultades que podrían solventarse si la autoridad portuaria permitiera estacionar a los turistas en las instalaciones, como ya ocurre en otros puertos pesqueros de España para estas actividades de diversificación.

PROVINCIA	PUERTO BASE	TOTAL EMBARCACIONES	ARRASTRE	CERCO	PALANGRE	DRAGA	ARTES MENORES	PULPO
Cádiz	Tarifa	49	0	5	-	2	38	1

Otros puertos pesqueros

El estudio no ha entrado a profundizar en la situación de otros puertos pesqueros, ya que tienen un número muy reducido de embarcaciones como Huelva, Palos de la Frontera, Cádiz, Puerto Real, San Fernando o Algeciras y sería muy difícil establecer pautas comunes y prácticamente habría que analizar barco por barco.

En estos casos pueden aplicarse los mismos parámetros que hemos establecido principalmente en cuanto a horarios y número de turistas para conocer la situación general en la que se encuentran y si sería rentable dedicarse a las actividades de pesca-turismo y turismo marino.



Las Lonjas también pueden ser un polo de atracción de visitantes, estableciéndose rutas de turismo marino en torno a ellas

7.

Diseño de actividades y precios de comercialización



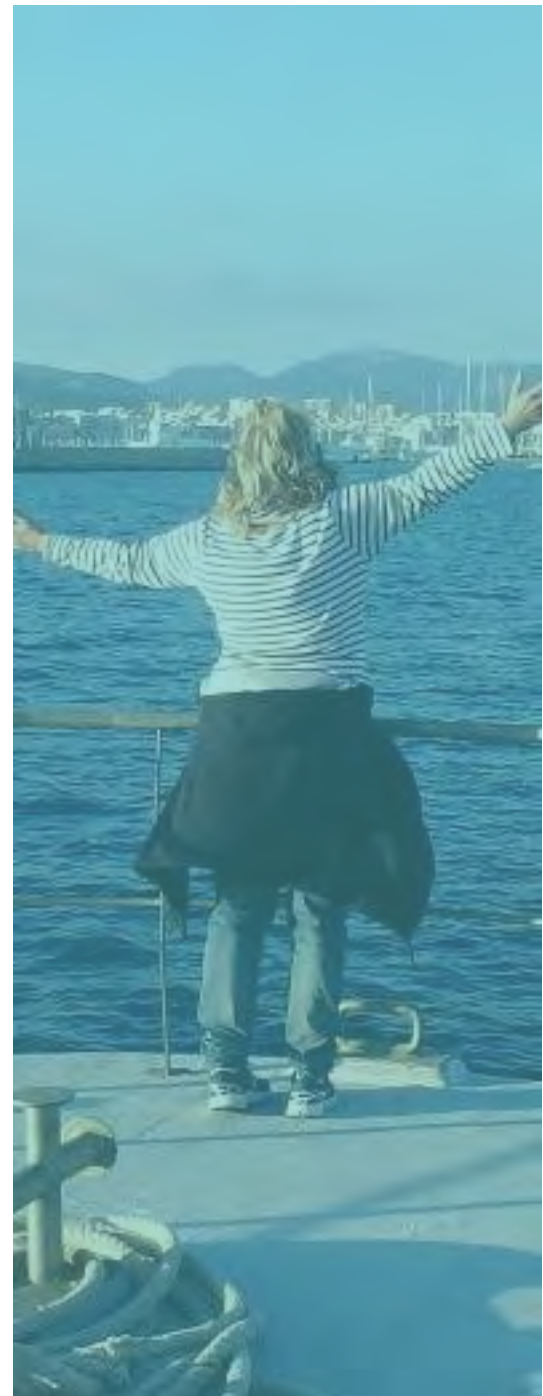


El número de actividades que se pueden comercializar bajo el paraguas de pesca-turismo y turismo marinerero o pesquero, así como marisqueo es tan amplio como queramos. Además, hay que tener en cuenta que se pueden combinar múltiples experiencias con otros productos turísticos, creando sinergias entre ellos. Por ejemplo, es viable realizar una excursión de pesca-turismo que incluya una visita a la Lonja o un viaje de pesca en el que el turista compra las capturas al pescador y la experiencia finaliza en un restaurante asociado que cocina los platos.

En este estudio nos centraremos en las experiencias más comunes y que ofrezcan una mayor rentabilidad e incorporaremos a cada propuesta el precio óptimo de comercialización.

Hay unos parámetros básicos que hay que tener en cuenta, ya que cuanto más nos alejemos de ellos más disminuirá la rentabilidad:

- El horario ideal de las excursiones de pesca-turismo es de 6 am a 12 del mediodía.
- La duración óptima para una excursión de turismo marinerero en barco es de 3 horas.
- Las visitas a la Lonja y puerto pesquero nunca deben sobrepasar las 2 horas
- En el caso de excursiones que abarquen la hora de la comida o salgan de madrugada, es aconsejable dar desayuno o almuerzo. Aumenta el precio de la excursión, pero resta clientes.
- Las visitas a la lonja deberían incluir una degustación, ya que permite aumentar el precio y por consiguiente los beneficios.
- El precio de las excursiones de pesca-turismo sin comida debe moverse en una horquilla de entre 75 euros y 95 euros por persona. Es aconsejable un descuento para niños (menores de 12 años) de entre un 20% y un 50%.
- El precio óptimo para una visita a lonja y puerto pesquero es de 12 euros por persona. Si es con degustación, se puede llegar a los 20 euros.
- Las excursiones de turismo marinerero en mar deben comercializarse bajo la fórmula de barco completo (Da igual el número de turistas que se embarque, ya que se paga una cantidad fija). El precio aconsejable es de entre 275 euros y 295 por salida.
- El paquete turístico más rentable es el de una excursión de pesca-turismo con venta de las capturas al turista y acuerdo con restaurante.
- Finalmente, el factor más determinante es la predisposición del pescador, principalmente en la cuestión horaria. Es aconsejable modificar los horarios en artes menores para acercarse al parámetro ideal (de 6am a 12 horas) siempre que sea posible cuando se embarque a turistas.
- La adopción de la perspectiva del cliente es un principio rector del proceso de diseño de las actividades. Los deseos de los clientes deberían ser una fuente de información para la toma de decisiones sobre propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos.





7.1 EXCURSIONES DE PESCA-TURISMO

Las excursiones de pesca-turismo son aquellas que se realizan durante la jornada de pesca habitual y pueden incluir Demostraciones de Pesca (actividad realizada con cualquier arte de pesca permitido y que tiene como finalidad mostrar su funcionamiento y características en el lugar de la extracción de los recursos marinos).

7.1.1 EXCURSIÓN DE PESCA-TURISMO EN ARTES MENORES

— Diseño de la actividad

La excursión consiste en embarcar a turistas durante la jornada de pesca habitual. Lo ideal es que la hora de salida no sea antes de las 6 am (mejor a las 6:30 o 7 am), y el regreso antes de la comida, preferentemente entre las 12 del mediodía y la 13 de la tarde en verano. Fuera de la temporada estival es mejor retrasar la hora de salida. La duración ideal de una excursión de este tipo debe ser de entre 5 y 6 horas si se quiere captar el turismo familiar, que es el más rentable.

Por ejemplo, hay una pescadora en Alcudia que en verano pesca la langosta. Habitualmente sale a las 5 de la madrugada, pero cuando lleva turistas retrasa la salida del puerto a las 6 am, con el fin de captar más visitantes. Otro pescador de Sanxenxo, que se dedica al pulpo en verano, sale a las 5:30 am a poner las trampas, a veces vuelve a puerto para regresar posteriormente a la mar. Ahora ha adaptado su jornada para embarcar turistas a las 10 de la mañana y regresar sobre las 15 horas. En ambos casos son los pescadores que más excursiones de pesca-turismo realizan en Mallorca y Galicia solo por contar con un horario más ajustado a la demanda.

La experiencia debe incluir el amanecer en el mar y tratar que el turista participe lo más posible, siempre cumpliendo las medidas de seguridad, en aquellas tareas pesqueras que no revistan peligro, como puede ser la selección del pescado. El objetivo es que el turista se sienta un miembro más de la tripulación, incluso es recomendable prestarles los habituales monos de trabajo para que se haga fotos con las capturas. En este sentido, es importante colaborar con los turistas en las fotografías. Para ellos es un recuerdo único y para el pescador una oportunidad de publicitar gratis sus excursiones en redes sociales.

La tripulación debe implicarse en la experiencia e interactuar. No hay peor experiencia que el turista permanezca las seis horas que dura la excursión exclusivamente viendo cómo se pesca.

Algunos de los momentos ideales para implicar a los turistas en la jornada de pesca es permitirles devolver al mar las capturas que no cumplen la talla o su pesca está prohibida. Los niños disfrutan de este momento y además estamos fomentando el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad.

Otro momento muy celebrado por los turistas, tanto niños como mayores, es permitirles que en algún momento de la travesía puedan llevar el timón del barco y explicarles los distintos monitores que suele haber en el puente. Toda experiencia debe contar con un momento de sorpresa. Por ejemplo, no hay mejor diversión que soltar un pulpo en cubierta, ya que se convierte en toda una fiesta.



También hay que diseñar actividades complementarias dentro de la experiencia. Las más recomendada es que la última hora de la excursión y con rumbo de vuelta al puerto se dedique a una parada en algún lugar cerca de la costa y con alto valor paisajístico. Ese momento se destinará a darse un baño en verano, bucear y permitir que el turista pruebe a pescar con caña, en el marco de la modalidad de Demostraciones de Pesca. Un niño al que un pescador profesional le enseña a poner carnada en el anzuelo (una patita de pulpo, por ejemplo) y saca su primer pez se lleva un recuerdo para toda su vida. También es el tiempo para un snack o para servir la comida si la excursión contempla esa posibilidad.



De todas formas, en función de la pesquería que se realice se puede variar el momento de la jornada en la que se realiza este tiempo destinado a las actividades complementarias.

Otro de los momentos importantes de la experiencia es la información que se facilita a los turistas. Los pescadores son los mejores conocedores del medio en el que trabajan. Los turistas valoran especialmente todas las explicaciones sobre las artes que se están utilizando, el tipo de peces, costumbres, anécdotas y trucos marineros. Son muchos los niños que los únicos peces que conocen son los del supermercado o las típicas barritas de merluza, por lo que el pescador con sus explicaciones les está descubriendo un mundo nuevo desconocido para ellos.

También se debe ofrecer información de las zonas costeras por las que se navega, que en muchos casos tienen un alto valor medioambiental o son parques naturales. Hay que tener en cuenta que en numerosas ocasiones el poder navegar, por ejemplo, por las proximidades del parque de Doñana es uno de los mayores alicientes que puede tener el turista para embarcarse.

Uno de los puntos fuertes de las excursiones de pesca-turismo es el alto valor educativo que tienen y que es uno de sus mayores atractivos para el turismo familiar. En este sentido, los turistas celebran el que el pescador les desvele alguna receta tradicional basada en las capturas que están realizando en ese momento e incluso les enseñe a limpiar pescado o a hacer algún nudo marinerero.

Respecto a las bebidas es obligatorio ofrecer siempre agua y es recomendable al menos un refresco por persona. Si se llevan botellas de 2 litros el gasto es mínimo y el turista queda muy satisfecho de poder beber todo lo que quiera. En algunos casos se puede cobrar una pequeña cantidad por un segundo refresco u otro tipo de bebida, aunque nosotros aconsejamos que no se haga en este tipo de excursiones. En cambio, puede estar indicado en las experiencias de turismo marinerero en el mar.

No emplear platos ni vasos de plástico ni devolver basura al mar sobre todo la que recogen las redes; y al llegar a puerto depositarlo todo en los contenedores correspondientes. El pescador debe fomentar los valores de protección ambiental y sostenibilidad y, además, hay que tener en cuenta que los turistas que apuestan por este tipo de experiencias suelen estar comprometidos con la defensa del medio ambiente, especialmente los visitantes extranjeros.



Uno de los puntos fuertes de las excursiones de pesca-turismo es el alto valor educativo que tienen y que es uno de sus mayores atractivos para el turismo familiar

En excursiones de seis horas nosotros recomendamos no ofrecer comida porque complica el trabajo de los pescadores y, aunque permite elevar el precio, simultáneamente resta potenciales clientes. Son muchos los casos de excursiones de este tipo con comida en la que el turista pide que se quite la misma con el fin de reducir el precio. Otra cosa bien distinta es ofrecer una pieza de fruta o algún producto característico de la zona a modo de tentempié o snack, lo que es muy recomendable. Además de esta forma estamos promocionando los productos propios de nuestra tierra.

Una vez finalizada la excursión es el momento para culminar la experiencia con algo especial. Por ejemplo, en el caso de que el visitante esté alojado en una casa se le puede regalar alguna captura de poco valor o que esté dañada y no se pueda comercializar.

En otras situaciones se le puede regalar al turista algún detalle a modo de recuerdo. En Mallorca es tradición entregar una piedra de Santa Lucía, un talismán de la buena suerte para los pescadores y que los turistas guardan como un auténtico tesoro.



Con todos estos pequeños detalles, que podemos finalizar con una foto de grupo de pescadores y turistas, estamos creando una experiencia inolvidable para el visitante, que quedará muy satisfecho hasta el punto de que habitualmente suelen dar una elevada propina, especialmente los extranjeros.

La mejor publicidad que podemos hacer es la de un turista satisfecho que comparte en sus redes sociales la experiencia. Además, captará para nosotros a sus amigos y familiares; y posiblemente repetirá al año siguiente.

La entrada a puerto también es el momento para proponerle al turista si quiere comprar a precio de lonja alguna de las capturas y, en el caso de que contemos con merchandising (gorras, camisetas, nudos marineros, llaveros...) ofrecérselo.

Las excursiones de pesca-turismo pueden complementarse con otras actividades, como puede ser una visita a la Lonja. En todo caso, esta opción debe estar supeditada a que el pescador tenga tiempo para acompañar a los turistas durante la visita.

Un paquete turístico que es recomendable poder ofrecer es concluir la excursión en un restaurante con el que previamente se haya llegado un acuerdo. El turista compra las capturas al pescador y en el restaurante se las cocinan a su gusto.

También se puede llegar a un acuerdo con hoteles de alto standing. Este paquete turístico tiene un precio cerrado que contempla la excursión y la venta de una captura determinada previamente, que será cocinada en el hotel. La cadena Hyatt incluso aprovecha para hacer un show cooking con los clientes que se benefician de esta oferta turística.

No es muy habitual que el turista pida esta opción, pero en el caso de que ocurra el pescador puede obtener unos ingresos extras a la excursión muy importantes.

— Precio recomendado

El precio recomendado para una excursión de pesca-turismo en artes menores sin comida y de unas 6 horas de duración es de 95 euros por persona como máximo (hay que tener en cuenta que incluye el IVA) y se debe contemplar un descuento para los niños de entre el 30% y el 50%.

Es fundamental encontrar un equilibrio entre el precio y el número de turistas que se embarcarán si se quiere obtener una rentabilidad elevada. Podemos ofrecer la excursión a un precio muy alto, pero nos encontraremos que apenas se compra, por lo que es más rentable reducir el precio y que hagan la experiencia un mayor número de personas. Además, hay que tener en cuenta que el pescador va a salir a la mar tanto si lleva o no turistas a bordo, por lo que cualquier visitante que se embarque ya es un beneficio extra.

Por todo ello, recomendamos no sobrepasar nunca la barrera de los 100 euros por persona ni colocar el descuento para niños por debajo del 30%. Para comenzar sería aconsejable partir de los 75 euros e ir subiendo poco a poco hasta los 95 euros. En el caso de que optemos por poner la excursión a 95 euros aconsejamos empezar con un descuento para niños del 50% para ir progresivamente reduciéndolo hasta el 30% en función del volumen de turistas que vayamos

teniendo. De todas formas, no es aconsejable ir variando los precios durante una misma temporada turística. Es mejor esperar a que termine y conozcamos los resultados para realizar las modificaciones.

Cada pescador es libre de poner el precio que quiera en sus excursiones, pero en el caso de que sean varios los profesionales del mar que ofrezcan una experiencia similar en el mismo puerto, aconsejamos que pacten un importe similar y no entren en una guerra de precios entre ellos, ya que todos saldrán perjudicados. Unos porque al ser más caros no les compran y los otros porque reducirán su rentabilidad al ser demasiado económica su excursión.

La competitividad entre pescadores debe centrarse en el servicio que se presta al turista, el diseño de la experiencia y la satisfacción del cliente. Por ejemplo, el pescador que ofrece una parada para darse un baño en algún lugar paradisíaco tiene diez veces más clientes que otro que no ofrece nada complementario y se limita a ofrecer que el turista solo vea cómo se pesca.

El ingreso que se obtendría por la venta de pescado no se puede establecer porque varía en función de la captura de que se trate, pero debe hacerse siempre pasando por la lonja. No es necesario esperar a la subasta. Con el número de identificación que tiene



cada pescador, se pesa el pescado en la lonja y se aplica el precio medio de venta sin tener que esperar a la subasta para vender las capturas al turista.

La opción más habitual con los restaurantes a los que derivemos turistas es establecer una comisión de entre el 10% y el 5% en el caso de que el turista nos haya comprado previamente el pescado. También se puede pactar una comisión fija por turista o grupo, que es una fórmula más sencilla.

El precio de los paquetes que incluye excursión y pescado que se degustará en el hotel depende de la captura que se haya elegido para conformar esta opción. A modo de ejemplo, en Mallorca y Menorca se cobra 190 euros por persona por la excursión más una langosta de 500 gramos o 150 euros si es un pescado.

El precio medio de las excursiones en artes menores que contemplan comida (habitualmente suele ser un arroz marinero) está en una horquilla de entre 125 euros por persona hasta los 150 euros. De todas formas, hay que tener en cuenta que es un tipo de experiencia menos demandada que las excursiones que son sin comida.

Excursión de pesca-turismo en Alcudia:

 www.pescaturismomallorca.com/alcudia-excursiones-barco-pesca-id295

7.1.2 EXCURSIÓN DE PESCA-TURISMO EN BARCOS DE ARRASTRE

Diseño de la actividad

Un elemento crucial a la hora de diseñar una actividad de pesca-turismo en un barco de arrastre es su duración. Este tipo de embarcaciones en el Golfo de Cádiz están en la mar 18 horas (de 3 am a 21 pm) aunque algunas acortan un poco su jornada para entrar antes a puerto (a mitad de tarde) y aprovechar mejor las ventas en lonja.

Esta duración de las excursiones obliga a establecer numerosas actividades a bordo con el fin de que el turista pueda tener una experiencia satisfactoria. También hay que contemplar la posibilidad de que en algún momento pueda utilizar las literas para su descanso. En Jávea los dos barcos de arrastre que realizan la actividad incluso ofrecen a los turistas la oportunidad de dormir en el barco la noche antes de la excursión, que se inicia a las 5 de la madrugada.

Además de todo lo expuesto en las excursiones en artes menores que también serviría para éstas, hay elementos diferenciadores de este tipo de pesquería que pueden ser útiles a la hora de diseñar la actividad.

La visión del cielo nocturno y las explicaciones sobre las constelaciones suelen tener bastante aceptación. Uno de los puntos fuertes es la visita al puente de mando y la información sobre las distintas pantallas y aparatos.

Que el turista pueda participar en las tareas de selección del pescado, sintiéndose uno más de la tripulación, es uno de los mayores atractivos de esta clase de excursiones. Es importante aprovechar la parte superior de la toldilla, en el caso de que sea posible, a modo de solárium, así como colocar algunas sillas para que el turista se sienta más cómodo debido a la larga duración de la excursión.

En los momentos que no haya actividad, el turista puede tratar de pescar ya sea con caña o de forma artesanal con anzuelos atados a un hilo de pesca. Es

Es fundamental encontrar un equilibrio entre el precio y el número de turistas que se embarcarán si se quiere obtener una rentabilidad elevada

necesario reseñar que sobre este punto existen dudas legales puesto que la legislación de pesca no permite cañas de pescar a bordo de los arrastreros, pero por el contrario el decreto de la Junta de Andalucía contempla el que se puedan realizar demostraciones de pesca con cualquier arte.

Otra circunstancia que tiene una especial relevancia en los barcos de arrastre es el avistamiento de delfines e incluso de cetáceos, que puede utilizarse como reclamo para promocionar este tipo de experiencias.

La gastronomía es el gran elemento diferenciador con otras excursiones. No hay mayor reclamo que poder degustar el pescado recién sacado de las redes, que se puede servir en el desayuno y la comida. Es importante poder implicar al turista, que puede participar activamente en la preparación de los platos que se van a degustar en el almuerzo.

Hay que ser consciente de que el turista pueda participar en todas aquellas tareas que se realizan durante la jornada de pesca que no reviertan peligro, puesto que el objetivo es que el visitante se sienta un



miembro más de la tripulación, siendo esta situación la mejor promoción que se puede hacer de este tipo de experiencias.

En esta clase de excursiones suele funcionar bien la venta de pescado y el merchandising por los lazos que se establecen entre el turista y la tripulación durante las 18 horas que puede durar la actividad. Por el contrario, es difícil que el turista esté dispuesto a terminar la experiencia en un restaurante después de tantas horas embarcado.



— Precio recomendado

El precio recomendado para este tipo de excursiones es de 150 euros, aunque se podría reducir hasta los 125 euros en el momento de arrancar comercialmente la actividad. Debido a la duración de las excursiones es aconsejable establecer un límite de edad, que puede ser de 12 años, por lo que en este caso los posibles descuentos deben girar en torno al número de personas embarcadas (por ejemplo, a partir del segundo turista los siguientes tienen un 30% de descuento).

Excursión de pesca-turismo en Jávea:

www.pescaturismovalencia.es/javea-excursiones-barco-pesca-id550

7.1.3 EXCURSIÓN DE PESCA-TURISMO EN BARCOS DE CERCO

— Diseño de la actividad

La pesca de cerco se realiza en un horario nocturno que condiciona el diseño de la actividad. Las explicaciones sobre el cielo nocturno, así como la visita al puente de mando y la información sobre las distintas pantallas y aparatos se hacen imprescindibles, puesto que las actividades a realizar durante la jornada son más reducidas que en los barcos de arrastre.

En este caso se hace necesario, con las salvedades legales expuestas anteriormente, el que el turista puede tratar de pescar con caña debido a largos periodos en los que no hay actividad pesquera, ya que es forzoso ocupar su tiempo. Asimismo, es más probable que tenga que hacer uso de las literas para descansar.

El pescador también debe contemplar la cena para los turistas y sobre todo el desayuno que sin duda debe girar en torno al boquerón, que es uno de los productos estrella de la gastronomía del Golfo de Cádiz.

En este tipo de experiencias suele también funcionar la venta de pescado y de merchandising y se puede complementar con una visita a la lonja, en el caso que funcione por las mañanas, e incluso acuerdos con restaurantes para que el turista pueda degustar las capturas en el caso que no sea posible en el barco.

— Precio recomendado

El precio recomendado para este tipo de excursiones es de 125 euros, aunque se podría reducir hasta los 95 euros. Debido al horario nocturno es aconsejable establecer un límite de edad, que puede ser de 12 años, por lo que en este caso los posibles descuentos deben girar en torno al número de personas embarcadas (a partir del segundo turista, los siguientes tienen un 30% de descuento) al igual que en los barcos de arrastre. En el caso de que se contemple visita a lonja y degustación de pescado en un restaurante se podría llegar hasta los 150 euros.

Actualmente no hay ninguna experiencia en España que comercialice excursiones en barcos de cerco.



7.1.4 EXCURSIÓN DE PESCA-TURISMO A ALMADRABAS

— Diseño de la actividad

Las excursiones a las almadrabas están a caballo entre la actividad de pesca-turismo y la de turismo marinero en barco (turismo pesquero) puesto que tienen elementos propios de cada una de ellas, ya que pueden realizarse tanto desde una segunda embarcación como desde los barcos auxiliares que participan en dichas pesquerías. Actualmente son dos las empresas propietarias de las almadrabas de la provincia de Cádiz y que también se encargan de su explotación turística.

Además de todo lo expuesto para las excursiones de artes menores, esta experiencia que tiene como eje la pesca del atún está especialmente indicada para complementarla con otras actividades, sobre todo llegando a acuerdos con algún restaurante que ofrezca algunos de estos platos tan primordiales en la gastronomía de Cádiz. De esta forma, se puede comercializar la excursión de pesca en solitario o un paquete que incluya el viaje de pesca y la degustación, lo que aumentaría notablemente la rentabilidad.



— Precio recomendado

El precio recomendado para esta actividad sería de 75 euros por persona con un descuento para niños que podría oscilar entre el 30% y el 50%. No sería necesario elevarlo a 95 euros, ya que, tanto si la actividad se realiza desde una segunda embarcación como desde cualquiera de las embarcaciones auxiliares que participan en esta pesquería, pueden embarcarse al menos 8 personas por barco por lo que la rentabilidad es muy alta. Además, su horario (de 5-6 am y regreso 10-11 am) es ideal para captar el turismo familiar.

El paquete que incluye la excursión y finalizar la experiencia en un restaurante puede comercializarse entre los 125 y 150 euros en función del menú que se ofrezca.

Excursión a las almadrabas de Cádiz:

 www.cadizatlantica.com/almadraba/



7.2 EXCURSIONES DE TURISMO PESQUERO O MARINERO EN BARCO

Las excursiones de turismo marinerero en barco o turismo pesquero son aquellas que se realizan desde un pesquero fuera de la jornada habitual de pesca y que pueden incluir la modalidad de Demostraciones de Pesca. También se puede aprovechar las salidas a calar las redes para comercializarlas o se pueden desarrollar desde una segunda embarcación ajena a la pesca.

7.2.1 EXCURSIÓN DE TURISMO MARINERO EN ARTES MENORES

Diseño de la actividad

La actividad puede compaginar varias experiencias o centrarse en alguna específica en función de las peticiones de los turistas. Lo más demandado en estas excursiones es descubrir y navegar por parajes de alto valor paisajístico y medioambiental, hacer snorkel, pescar y avistar delfines.

Recomendamos que se pacte con el turista lo que se quiere hacer durante la excursión y en función de ello se divida el tiempo de la salida, mientras que la experiencia que se comercialice contemple todas las actividades posibles (pesca, snorkel, delfines navegación...).

La duración ideal de este tipo de experiencias es de 3 horas y pueden realizarse en diferentes franjas horarias, ya sea fuera del horario habitual de pesca o aprovechando la salida por las tardes para calar. Los horarios más demandados son los sábados y domingos por la mañana, seguido de las salidas a las 11 de la mañana y vuelta a las 14 horas y en menor medida por las tardes, ya sea de 16 pm a 19 pm o de 17 pm a 20 pm. En estas excursiones debido a su corta duración recomendamos no ofrecer comida, aunque se puede ofrecer una pieza de fruta o algún producto característico de la zona a modo de tentempié o snack.


Respecto a las bebidas es obligatorio ofrecer siempre agua y es recomendable al menos un refresco por persona. En algunos casos se puede cobrar una pequeña cantidad por un segundo refresco. También en este tipo de experiencias está indicado ofrecer ya sea alguna bebida especial o comida fuera del precio cerrado de la excursión y que se vendería al turista durante el transcurso del viaje.

Precio recomendado

Habitualmente es recomendable vender esta experiencia mediante la fórmula de barco completo. Es decir, es lo mismo que se embarquen uno, dos, tres o cuatro turistas de un mismo grupo porque es un precio cerrado. Se paga por la salida indistintamente del número de personas que se embarquen. En el caso de que el pescador comercializara esta excursión por persona, podría encontrarse que tiene que hacer la salida para un solo turista si no se han apuntado más personas, por lo que no le saldría rentable e incluso perdería dinero por el gasto en combustible y tiempo.

El precio óptimo de comercialización son 295 euros por salida y con un grupo de hasta 4 personas. Al venderse como precio cerrado no hay descuento para niños. La horquilla de precio recomendado va desde los 275 euros hasta los 325 euros.

Excursión de turismo marinerero en Cala Bona (Mallorca):

 www.pescaturismomallorca.com/calabona-excursiones-barco-id410





7.2.2 EXCURSIÓN DE TURISMO MARINERO DESDE UNA SEGUNDA EMBARCACIÓN

El pescador llega a un acuerdo con otra embarcación ajena al mundo de la pesca que será en la que se embarcará a los turistas. La experiencia tiene la finalidad de que el turista pueda contemplar las diferentes labores de pesca desde esta segunda embarcación y visitar los caladeros donde los pesqueros de artes menores desarrollan la actividad.



Diseño de la actividad

La actividad debe coincidir con las labores de pesca, aunque tiene la ventaja de que se puede elegir un horario que se ajuste a la demanda de los turistas y que coincida con el levantamiento de redes o trampas en el caso de la pesca del pulpo e incluso el marisqueo en el mar. El horario ideal es por las mañanas y la duración no debe sobrepasar las 3 horas.

La práctica más habitual es que esta segunda embarcación acuda a los caladeros donde habitualmente trabajan las embarcaciones de artes menores para observar las faenas de pesca. Es indispensable que este tipo de experiencias vayan acompañadas de explicaciones sobre las diferentes pesquerías, artes de pesca, costumbres marineras, etc.

Esta experiencia suele acompañarse con una visita al puerto pesquero (coincidiendo con la llegada sobre todo de los barcos de cerco) y la subasta en la lonja, finalizando con una degustación de pescaíto frito.

Precio recomendado

Los beneficios económicos de este tipo de experiencias corresponden principalmente al propietario de la embarcación en la que van los turistas, aunque un pescador individual, así como la propia cofradía o asociación de armadores podrían cobrar por facilitar la visita a los caladeros y a la lonja. Puede establecerse una comisión por persona o un precio fijo por salida.

El precio recomendado para este tipo de experiencias es en torno a los 50 euros con un descuento del 20% para los niños, aunque se puede llegar hasta los 75 euros en julio y agosto sobre todo si la ruta sobrepasa las 3 horas de duración y contempla algún tipo de degustación.

Excursión de turismo marineró en Estepona:

www.turismomarinero.com/producto/ruta-de-los-pescadores/



7.2.3 EXCURSIONES DE TURISMO MARINERO EN ARRASTRE Y CERCO

Actualmente la legislación de pesca impide que los barcos de arrastre y de cerco puedan realizar excursiones de turismo mariner o pesquero, ya que no pueden navegar fuera de los horarios establecidos para la pesca, aunque son actividades recogidas en el decreto de la Junta de Andalucía y que podrían desarrollarse si no existieran las limitaciones de la normativa pesquera.

7.2.4 EXCURSIONES PARA VER DELFINES ASOCIADAS A BARCOS DE ARRASTRE Y DE CERCO

El turismo de avistamiento de delfines es uno de los que mayor crecimiento está experimentando en los últimos años, siendo los barcos de arrastre y en menor medida los de cerco los que mejor pueden explotar comercialmente esta modalidad de turismo mariner o pesquero, ya que son un polo de atracción para este tipo de animales. Es tal la popularidad y rentabilidad que ha alcanzado este tipo de experiencia que propietarios de golondrinas y tour turísticos están comprando barcos de arrastre para destinarlos a esta modalidad.



— Diseño de la actividad

Es necesario que el armador llegue a un acuerdo con una segunda empresa para que sea la que transporte a los turistas hasta el lugar donde faena la embarcación pesquera. Habitualmente son barcos o golondrinas de entre 150 y 200 plazas.

Por lo que se refiere al papel que desarrolla el pescador en esta experiencia se centra principalmente en acordar una zona concreta donde faenará para que pueda ir a su encuentro la embarcación con los turistas. Tiene que ser a menos de 10 millas de la costa, aunque lo aconsejable es que sea sobre las 3 millas, ya que la mayoría de las golondrinas tendrían dificultades para cubrir grandes distancias.

Aunque los arrastreros operan normalmente a más de 10 millas, se puede reservar un día a la semana para operar cerca de la costa y poder celebrar estas excursiones. Los barcos de cerco no tienen habitualmente esta limitación.

Las excursiones tienen una duración de entre 2 y 3 horas y se suele hacer una parada para nadar y hacer snorkel.

— Precio recomendado

Las empresas turísticas que explotan el avistamiento de delfines suelen cobrar unos 50 euros por persona con un descuento de entre el 40% y el 50% para los niños. Son embarcaciones de hasta 200 plazas y hacen hasta 3 salidas diarias en los meses estivales.

El pescador puede cobrar una comisión por turista (1,5 euros) o un precio fijo por avistamiento independientemente del número de personas embarcadas (300 euros). Estas son las cantidades más habituales, aunque se llega a pagar al armador hasta 1.500 euros si el barco está disponible todo el día.

Excursión para ver delfines desde golondrinas:

www.getyourguide.es/mallorca-147/mallorca-tour-de-observacion-de-amaneceres-en-el-mar-y-delfines-t226071/



7.3 EXCURSIONES DE TURISMO MARINERO EN CORRALES DE PESCA

Los corrales de pesca en Rota y Chipiona tienen un gran potencial turístico mediante la modalidad de turismo marino, tanto por su espectacularidad e historia milenaria como por la sencillez a la hora de organizar rutas con visitantes. Aunque las actividades de los corrales están gestionadas por dos asociaciones sin ánimo de lucro con gran éxito, vamos a exponer algunas mejoras que se pueden implementar.

Diseño de la actividad

Las visitas a los corrales tienen un gran potencial turístico que todavía no se ha explotado suficientemente. Se trata de rutas ideales para hacer en familia con una duración óptima de unas dos horas y en las que se capturan pargos, doradas, lubinas o pulpos, lo que las hace muy atractiva a los ojos de los visitantes. Recomendamos que el turista pueda participar en algunas fases del proceso de pesca que no reviertan peligro.

La ruta, que se iniciaría con la visita a los corrales y el proceso de pesca, podría continuar con alguna actividad cultural, como en Rota donde se proyecta un audiovisual.

En este caso es especialmente indicado la venta de merchandising (libros, camisetas, gorras y llaveros) e incluso plantearse vender algunas de las capturas a los turistas.

También debería finalizarse la actividad con una degustación y la posibilidad de que el turista pueda quedarse a comer en un restaurante asociado mediante algún sistema de vale descuento. El menú estaría basado en las capturas que el visitante acaba de presenciar y del que se llevaría un porcentaje la asociación de corraleros. Además, también podría pedir el visitante que le hicieran las capturas que ha comprado previamente a los corraleros.

Precio recomendado

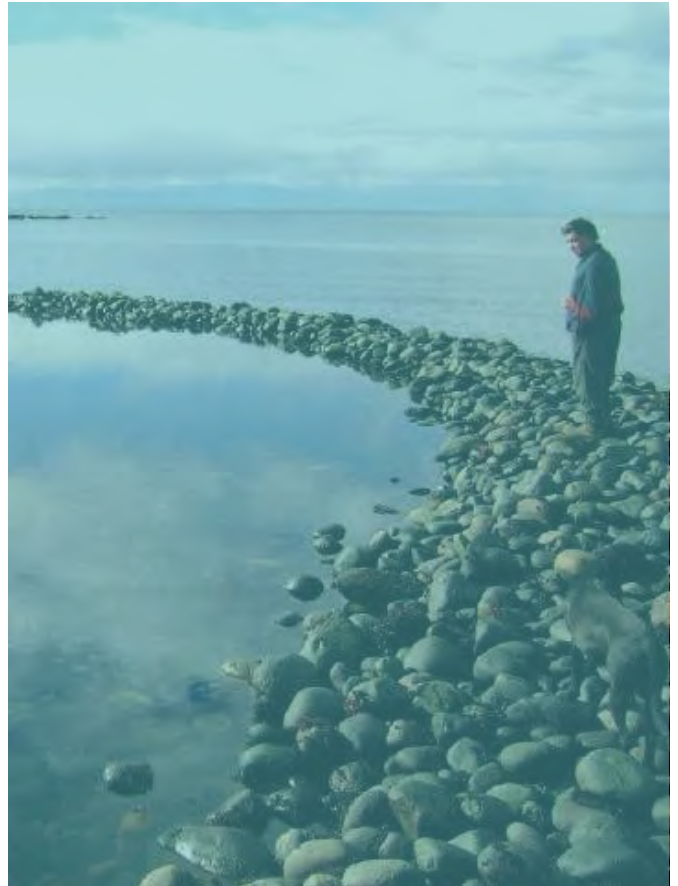
Actualmente las visitas a los corrales son gratuitas, gestionadas por los respectivos ayuntamientos y pilotadas por los corraleros, que son organizaciones sin ánimo de lucro. No obstante, pueden establecerse nuevas vías de financiación para añadir ingresos extra a las subvenciones municipales, con el fin de mejorar los propios corrales, las rutas diseñadas o el funcionamiento de las asociaciones.

Proponemos cobrar 12 euros por visitante con un descuento del 50% para los niños, que puede elevarse a los 20 euros en el caso que se incluya una degustación.

Por cada vale descuento para comer en el restaurante los corraleros podrían percibir 5 euros. El descuento para el turista podría oscilar entre el 10% y el 20% en el precio del menú.

Las dos asociaciones cuentan ya con página web por lo que cabe la posibilidad de establecer algún sistema de venta de entradas. Además, pueden establecerse acuerdos con empresas turísticas para la comercialización de las actividades.

Excursiones a corrales de pesca:  www.loscorralesderota.com/los-corrales-de-rotas/



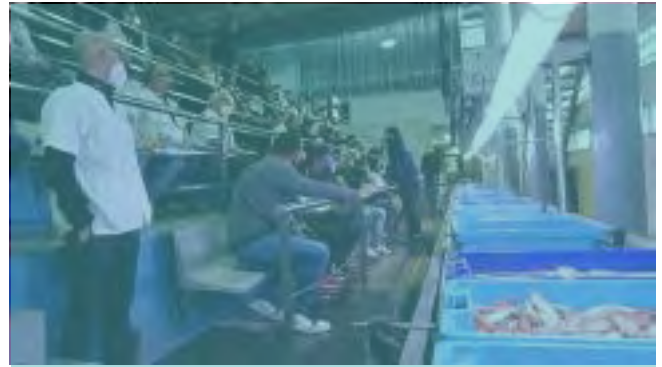


7.4 EXCURSIONES DE TURISMO MARINERO EN TIERRA / VISITA A LAS LONJAS

La modalidad más extendida de turismo marinerero en tierra gira en torno a las lonjas de pesca, aunque también se pueden diseñar rutas para visitar salinerías, conserveras, barrios pesqueros, museos, faros, etc.

Las lonjas del Golfo de Cádiz están en una situación inmejorable para convertirse en un auténtico polo de atracción para el turismo y proporcionar unos ingresos complementarios a las cofradías de pescadores y asociaciones de armadores que las explotan. Su actividad constante a lo largo de todo el día, principalmente por las tardes, permite diseñar rutas de turismo marinerero que tendrían una gran aceptación.

La organización de estas rutas podría realizarse a través de las asociaciones de mujeres de la pesca o empresas de guías turísticas, de tal forma que su gestión no recayera en las cofradías de pescadores, que ya de por sí van muy cargadas de trabajo y es muy complicado que puedan hacerse cargo de las mismas, mientras que la comercialización podría gestionarse a través de empresas turísticas especializadas y con experiencias en ese tipo de actividades.



Diseño de la actividad

La ruta debe comenzar con una visita al puerto pesquero y lo ideal es que coincida con la llegada al muelle de embarcaciones y la descarga del pescado. Durante este paseo se explicarían las distintas modalidades de pesca y las artes que se emplean.

A continuación, se procedería a visitar la lonja y presenciar el proceso de subasta. Siempre que sea posible se puede complementar con visitas a los talleres de rederos o algún otro punto de interés marinerero que esté en las proximidades.

Recomendamos finalizar la experiencia con una degustación de pescaito frito, que permitiría comercializar la excursión a un precio mayor. La duración de este tipo de rutas no debe sobrepasar las dos horas.

En otros lugares, como Villajoyosa, incorporan la posibilidad de que el turista pueda comprar el pescado en la lonja y posteriormente asistir a un taller de cocina en un restaurante asociado, donde les mostrarán cómo preparar los platos tradicionales de la zona. El show cooking finaliza con la degustación del menú preparado. Esta experiencia suele tener unas 4 horas de duración.

Precio recomendado

El precio recomendado para las visitas a la lonja y puerto pesquero es de 12 euros con un descuento de entre el 20% y el 30% por ciento para los menores. En el caso de incluir una degustación lo aconsejable es cobrar 20 euros por persona.

Las experiencias que incluyen un taller de cocina se están comercializando actualmente a unos 80 euros por persona.

En temporada baja es aconsejable establecer rutas para colegios o clubes de tercera edad que se pueden comercializar a 5 euros por persona sin degustación y que podrían ser subvencionadas por los ayuntamientos.

Excursión de turismo marinerero para visitar el puerto pesquero y la lonja:

www.pescaturismovalencia.es/villajoyosa-lonja-puerto-pesquero-id572



7.5 EXCURSIONES DE TURISMO ACUÍCOLA CON MARISCADORES

El turismo acuícola centrado en el marisqueo a pie y cuya principal captura es la tradicional coquina tiene un gran potencial de desarrollo, como se ha demostrado en Galicia por las mariscadoras de Cambados, Carril y Redondela principalmente, que llevan años comercializando estas experiencias con gran éxito.



Diseño de la actividad

Lo primero a tener en cuenta es la necesidad de establecer un punto de encuentro para comenzar las rutas, ya que, en algunos lugares, como en Isla Cristina, se suele ir cambiando de playa.

Recomendamos equipar a los turistas con botas de agua y los elementos necesarios para las capturas para que ellos puedan participar por sí mismo en la recolección de las coquinas guiados por los mariscadores a modo de taller formativo. Durante el desarrollo de la experiencia se les informará de todo el proceso de marisqueo desde la extracción hasta la comercialización.

Serán los propios mariscadores quienes ejercerán de guía. Habitualmente este papel va rotando entre los miembros de las asociaciones para que no sea siempre la misma persona quien se ocupe de los turistas, ya que hay que tener en cuenta que el tiempo que se está con los turistas no puedes recolectar lo mismo que en una jornada normal.

La experiencia puede concluir con una degustación en un local próximo siempre que sea posible y lo ideal es que tenga una duración no superior a las dos horas.



Precio recomendado

El precio recomendado para esta actividad es de 12 euros con un descuento del 20% para los niños, aunque se podría elevar hasta los 15 euros, e incluye el uso gratuito del equipo de mariscador.

La degustación puede comercializarse aparte por un precio de entre 8 y 10 euros por persona.

Excursión de turismo acuícola con mariscadoras:

<https://guimatur.org/es/visitas/rutas/ruta/1-ruta-del-marisqueo->

8.

Análisis de ingresos y rentabilidad





Los ingresos que el pescador puede obtener por las excursiones de pesca-turismo depende fundamentalmente de la actitud con la que las afronte y básicamente de lo dispuesto que esté a tratar de adaptarse a los horarios más demandados por los turistas. Otra cuestión determinante son las actividades complementarias que acompañan a la experiencia, como puede ser que se contemple una parada para darse un baño o que los niños puedan echar la caña.

Un factor importante es el estado de la mar y los días en que se pueden embarcar turistas (En Huelva el 70% de los días en verano serían hábiles mientras que en la provincia de Cádiz se reduce al 50%). En el caso de los mariscadores son las mareas, ya que solo se podría hacer la actividad la mitad de los días de un mes. El turismo maradero en tierra, como pueden ser las visitas a las lonjas no se ven afectadas por ningún condicionante.

Un último dato para considerar es que el número de turistas que apuestan por esta experiencia aumenta cada año por encima de los dos dígitos, ya que se parte del hándicap de que es una actividad poco conocida. Por ello, el pescador no se debe desanimar si el primer año no obtiene buenos resultados puesto que otros pescadores que lleva realizando esta actividad cinco años ven como en cada ejercicio aumentan notablemente los ingresos respecto al año anterior.

Un factor importante es el estado de la mar y los días en que se pueden embarcar turistas

Por todo lo expuesto anteriormente no se puede establecer una media de ingresos, ya que varía sustancialmente en función del diseño de la excursión que tenga cada pescador e incluso de que en el mismo puerto haya otra persona que hace una experiencia similar o diferente. De todas formas, el precio siempre suele ser un factor esencial.

Los datos están extraídos de las estadísticas de la empresa Pescaturismo que comercializa desde 2016 la práctica totalidad de las embarcaciones que realizan la actividad de pesca-turismo y turismo maradero en España, así como las mariscadoras de Galicia. Hay que tener en cuenta que los datos se

refieren a facturación que incluye el 21% de IVA y a los que habría que restarle la comisión de la empresa comercializadora (20% habitualmente) en el caso de que se recurra a este tipo de operador.

8.1 ARTES MENORES

Los pescadores de artes menores que realizan simultáneamente excursiones de pesca-turismo y turismo maradero son los que mayor rentabilidad obtienen. El aspecto más condicionante es el horario y en menor medida el estado de la mar. Por precio y en relación con el número de salidas, son las excursiones de turismo maradero o demostraciones de pesca las que ofrecen una mayor rentabilidad

Existen otros factores aleatorios que no se pueden prever, como es encadenar cinco días seguidos de mala mar puesto que impide trasladar las excursiones a otros días. Hay que tener en cuenta que cada vez con mayor frecuencia se ha ido reduciendo el número de días de vacaciones y habitualmente los turistas están una semana en un mismo destino.

La competencia entre embarcaciones es el último aspecto a tener en cuenta, tanto por lo que se refiere al precio, pero sobre todo por horario. Por ejemplo, si en un mismo puerto hay dos barcos que realizan la actividad de pesca-turismo, el turista siempre va a elegir el barco que sale después de las 6 am en detrimento del que lo hace de madrugada. Lo mismo ocurre, aunque en menor medida, con las excursiones de turismo maradero, ya que las que tienen un horario de mañana (de 11 am a 14 pm) aventajan a las de la tarde (de 16 pm a 19 pm).

Hay factores que apenas tienen peso sobre la elección de los turistas, como pueden ser que el barco ofrezca comida o cuente con baño.

No obstante, el aspecto más determinante es la predisposición del pescador a realizar cuantas más excursiones pueda, ya que en los meses de verano si se compaginan excursiones de pesca-turismo y de turismo maradero en ocasiones se terminan rechazando éstas últimas para poder descansar.



EJEMPLO 1

SITUACIÓN DE MAYOR RENTABILIDAD

Horario excursión pesca-turismo	Horario asequible para los turistas (de 6 am. a 12 o 13 horas)
Horario turismo marinero/demostraciones de pesca	Por las tardes de 16 pm a 19 pm y de lunes a viernes. En este grupo también fueran los pescadores que no hacen excursiones por las tardes y las realizan los sábados y domingos por las mañanas.
Número de turistas	Hasta 4 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	95 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo marinero / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 10.000 a 16.000 euros
Facturación meses de verano	De 2.000 a 4.500 euros cada mes
Media anual de excursiones	75
Media anual de cancelaciones	20
Media de julio y agosto	15 excursiones cada mes
Media anual de turistas	250

EJEMPLO 2

MÁXIMO 2 TURISTAS

Horario excursión pesca-turismo	Horario asequible para los turistas (de 6 am. a 12 o 13 horas)
Horario turismo marinero/demostraciones de pesca	Por las tardes de 16 pm a 19 pm y de lunes a viernes. En este grupo también figuran los pescadores que no hacen excursiones por las tardes y las realizan los sábados y domingos por las mañanas.
Número de turistas	Hasta 2 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	95 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo marinero / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 1.500 a 5.000 euros
Facturación meses de verano	De 1.000 a 2.000 euros cada mes
Media anual de excursiones	45
Media anual de cancelaciones	10
Media de julio y agosto	12 excursiones cada mes
Media anual de turistas	95



EJEMPLO 3

SALIDAS DE MADRUGADA

Horario excursión pesca-turismo	Salidas antes de las de 6 am.
Horario turismo marinerο/demostraciones de pesca	Por las tardes de 16 pm a 19 pm y de lunes a viernes. En este grupo también figuran los pescadores que no hacen excursiones por las tardes y las realizan los sάbados y domingos por las mañanas.
Número de turistas	Hasta 4 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	95 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo marinerο / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 1.500 a 5.000 euros
Facturación meses de verano	De 1.000 a 2.000 euros cada mes
Media anual de excursiones	35
Media anual de cancelaciones	10
Media de julio y agosto	10 excursiones cada mes
Media anual de turistas	120

EJEMPLO 4

EL ESTADO DE LA MAR ES MALO EL 50% DE LOS DÍAS

Horario excursión pesca-turismo	Horario asequible para los turistas (de 6 am. a 12 o 13 horas)
Horario turismo marinerο/demostraciones de pesca	Por las tardes de 16 pm a 19 pm y de lunes a viernes. En este grupo también figuran los pescadores que no hacen excursiones por las tardes y las realizan los sάbados y domingos por las mañanas.
Número de turistas	Hasta 4 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 50% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	95 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo marinerο / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 7.000 a 10.000 euros
Facturación meses de verano	De 1.000 a 2.000 euros cada mes
Media anual de excursiones	60
Media anual de cancelaciones	13
Media de julio y agosto	12 excursiones cada mes
Media anual de turistas	150



EJEMPLO 5

SOLO EXCURSIONES DE PESCA-TURISMO

Horario excursión pesca-turismo	Horario asequible para los turistas (de 6 am. a 12 o 13 horas)
Horario turismo marinerο/demostraciones de pesca	No
Número de turistas	Hasta 4 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	95 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo marinerο / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 5.500 a 9.000 euros
Facturación meses de verano	De 1.500 a 2.700 euros cada mes
Media anual de excursiones	65
Media anual de cancelaciones	15
Media de julio y agosto	12 excursiones cada mes
Media anual de turistas	90

EJEMPLO 6

SOLO EXCURSIONES DE TURISMO MARINERO

Horario excursión pesca-turismo	No
Horario turismo marinerο/demostraciones de pesca	Por las tardes de 16 pm a 19 pm y de lunes a viernes. En este grupo también figuran los pescadores que no hacen excursiones por las tardes y las realizan los sábados y domingos por las mañanas.
Número de turistas	Hasta 4 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	No
Precio de excursiones de turismo marinerο / demostraciones de pesca	295 euros
Comida a bordo	No
Facturación anual	De 7.500 a 11.000 euros
Facturación meses de verano	De 2.000 a 3.500 euros cada mes
Media anual de excursiones	35
Media anual de cancelaciones	10
Media de julio y agosto	10 excursiones cada mes
Media anual de turistas	125



8.2 ARRASTRE Y CERCO

No existen datos contrastados para poder ofrecer una rentabilidad exacta de las excursiones en barcos de cerco, puesto que actualmente no se realizan en ningún lugar de España.

Los barcos de arrastre tienen un problema similar puesto que las actividades que se desarrollan en el litoral mediterráneo tienen una duración de 12 horas (de 5 am a 17 pm habitualmente), mientras que en el Golfo de Cádiz es de 18 horas (de 3 am a 21 pm), aunque algunas veces adelanten hasta 3 horas la entrada a puerto.

No obstante, trataremos de ofrecer proyecciones de rentabilidad basándonos en las experiencias en barcos de arrastre que actualmente se comercializan y en el posible negocio que puede generar la actividad de avistamiento de delfines.

Un último punto a tener en cuenta es que la rentabilidad se desploma cuando en un mismo puerto compiten las excursiones de un barco de artes menores con un horario asequible para los turistas frente a otro de arrastre, lo que es una situación muy habitual.

Hay que tener en cuenta que la rentabilidad en los barcos de arrastre puede ser menor de la que se expone en este estudio puesto que la duración de las excursiones en el Golfo de Cádiz es de 18 horas. Las excursiones de pesca-turismo en barcos de cerco arrojarían unos números similares.

EJEMPLO 1

EXCURSIONES DE PESCA-TURISMO EN ARRASTREROS

Horario excursión pesca-turismo	De 3 am a 21 pm
Horario turismo mariner/demostraciones de pesca	No
Número de turistas	De 4 a 5 personas
Estado de la mar	Durante el verano el estado del mar permite salidas el 75% de los días
Precio de excursiones de pesca-turismo	Entre 125 y 150 euros por persona con descuento del 50% para niños
Precio de excursiones de turismo mariner / demostraciones de pesca	No
Comida a bordo	Sí
Facturación anual	De 1.500 a 5.000 euros
Facturación meses de verano	500 euros cada mes
Media anual de excursiones	15
Media anual de cancelaciones	2
Media de julio y agosto	4 excursiones cada mes
Media anual de turistas	25

Estos datos se refieren a barcos de arrastre cuyas excursiones duran unas 12 horas y en el mismo puerto hay barcos de artes menores.



Avistamiento de delfines

El turismo de avistamiento de delfines es el gran nicho de negocio al que pueden acceder los barcos de arrastre y en menor medida los de cerco. Las cantidades a percibir varían mucho, ya que en gran medida dependen del poder negociador del armador con las empresas turísticas que explotan esta actividad. Una gran ventaja es que el pescador no necesita ningún permiso, puesto que las autorizaciones recaen en la empresa organizadora.

Hay que tener en cuenta que los avistamientos deben producirse relativamente cerca de la costa para que puedan llegar al punto de encuentro las golondrinas y que la capacidad de éstas que hemos contemplado para este estudio es de entre 150 y 200 plazas. Además, este tipo de excursiones se celebran exclusivamente en temporada alta.



EJEMPLO 1

AVISTAMIENTO DE DELFINES

Número de salidas a la semana en julio y agosto	2 salidas a la semana
Número total de salidas al año	30
Precio medio por avistamiento	300 euros
Facturación anual	9.000 euros

EJEMPLO 2

AVISTAMIENTO DE DELFINES (más salidas)

Número de salidas a la semana en verano	10
Número total de salidas al año	120
Precio medio por avistamiento	300 euros
Facturación anual	36.000 euros



8.3 MARISCADORES Y CORRALEROS

La mayor o menor rentabilidad que pueda obtenerse de este tipo de excursiones de turismo mariner y acuícola está en función del número de personas que se puedan conformar por grupo y el número de los mismos, ya que se debe tener en cuenta que no interfieran perjudicialmente en las labores de marisqueo o de pesca en el caso de los corrales. En los meses de temporada alta y una vez sea conocida la actividad fácilmente pueden cubrirse todas las excursiones ofertadas. No ocurre lo mismo en los meses de invierno sobre todo cuando se oferten 20 plazas por día.

EJEMPLO 1

MARISCADORES/CORRALEROS (10 personas por día)

Número total de personas por día	10
Media de excursiones al mes en temporada alta	14 cada mes
Total de excursiones al año	62
Precio por persona	De 12 a 15 euros
Precio de la degustación	De 8 a 10 euros
Facturación anual sin degustación	De 7.000 a 8.000 euros
Facturación anual con degustación	De 12.000 a 14.000 euros



EJEMPLO 2

MARISCADORES/CORRALEROS (20 personas por día)

Número total de personas por día	20
Media de excursiones al mes en temporada alta	14 cada mes
Total de excursiones al año	62
Precio por persona	De 12 a 15 euros
Precio de la degustación	De 8 a 10 euros
Facturación anual sin degustación	De 12.000 a 14.000 euros
Facturación anual con degustación	De 20.000 a 22.000 euros



8.4 VISITAS A LA LONJA

Las visitas a la lonja incluyen un recorrido por el puerto pesquero y se pueden complementar con visitas a talleres de rederos o algún otro punto de interés marítimo próximo. Tienen la ventaja de que se pueden realizar durante todo el año de lunes a viernes y no dependen de las condiciones meteorológicas. Además, en temporada baja pueden organizarse visitas para colegios.

La rentabilidad va en función del número de visitas que se puedan realizar al día y el tamaño de los grupos, que suelen ser de entre 10 y 15 personas habitualmente. En temporada estival se pueden alcanzar dos visitas diarias todos los días hábiles sobre todo en julio y agosto. En temporada baja es factible realizar una visita a la semana sin contar los grupos escolares.

Otro factor que eleva la rentabilidad es finalizar con una degustación, que se comercializa en torno a los 8 euros siendo el coste de unos 5 euros (es lo que habitualmente se paga al restaurador), por lo que queda un beneficio de 3 euros por persona.

EJEMPLO 1

LONJA Y PUERTO PESQUERO (Un recorrido por día en verano)

Número total de personas por día	12
Número total de personas al año	De 1.000 a 1.200
Total de excursiones al año	De 90 a 100 excursiones
Precio por persona	12 euros
Precio de la degustación	20 euros
Facturación anual sin degustación	De 13.000 a 14.500 euros
Facturación anual con degustación	De 20.000 a 24.000 euros



EJEMPLO 2

LONJA Y PUERTO PESQUERO (Dos recorridos por día en verano)

Número total de personas por día	24 (12 en cada grupo)
Número total de personas al año	De 1.400 a 1.700
Total de excursiones al año	De 120 a 140 excursiones
Precio por persona	12 euros
Precio de la degustación	20 euros
Facturación anual sin degustación	De 17.000 a 20.000 euros
Facturación anual con degustación	De 28.000 a 33.000 euros



9.

Plan de marketing





Lo primero que tenemos que establecer cuando iniciamos un plan de marketing (mercadotecnia) es a qué clientes nos dirigimos. El marketing es el medio por el que una persona o una empresa vende un producto o servicio. El marketing puede ser sutil o audaz, suave o insistente, pero al final, el objetivo es siempre establecer una conexión y, en última instancia, una venta.

La publicidad es esencial para captar un mayor número de clientes y hacerles llegar nuestras diferentes ofertas. Ésta puede ser online (contenidos digitales) u offline (los canales serían la prensa, radio, televisión, folletos y el cara a cara). El primer sistema es conocido como marketing digital y el segundo sería el marketing convencional. Las dos fórmulas se pueden combinar entre sí y complementar.

El eje central sobre el que gira el plan de marketing es el de, en una primera instancia, dar a conocer esta nueva oferta de ocio entre los turistas y los propios residentes al tratarse de una actividad, que en el caso de pesca-turismo, hasta ahora no se comercializaba. En el caso de las actividades de turismo marinerero, el objetivo sería diferenciarnos de las empresas que actualmente prestan servicios similares. Por lo que se refiere al turismo marinerero en tierra (visitas a lonja, mariscadores y corraleros) la meta sería captar más clientes e implantar estas experiencias en los puntos donde hasta ahora no se desarrollan.

Los objetivos cualitativos son:

- Transmitir una imagen de marca
- Tener presencia y notoriedad en el mercado
- Diferenciarnos frente a los competidores que ofertan actividades similares

Para ello, antes de nada, debemos realizar un análisis de mercado para conocer quiénes son nuestros clientes potenciales y nuestros competidores.

A raíz de este conocimiento y de saber el producto que vamos a ofrecer y cuáles son sus características, estableceremos una serie de estrategias para darlo a conocer, empleando los canales más adecuados y los medios publicitarios que nos ofrezcan mejores resultados y rentabilidad.

La adopción de la perspectiva del cliente es un principio rector no solo del proceso de diseño de las distintas experiencias, sino que también la perspectiva de los clientes debería ser una fuente de información para la toma de decisiones sobre propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos.

9.1 ESTUDIO DE MERCADO

Andalucía, y en especial Cádiz y Huelva, es un mercado turístico en plena expansión que ve cómo cada año se incrementa el número de turistas con más de 32 millones en 2019.

Las experiencias que se pueden conjugar en torno a las modalidades de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola son tan diferentes que permiten llegar a todo tipo de turistas e incluso residentes. Se trata de una actividad que no tiene competencia directa, puesto que es un producto turístico nuevo. Los chárter de pesca son la actividad más similar que podemos encontrar en el mercado.

Por ello, el cliente potencial que puede estar interesado en disfrutar de estas experiencias es prácticamente el segmento completo tanto de la población residente en Cádiz y Huelva como de las personas que visitan el Golfo de Cádiz





EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

El estudio de mercado: elementos principales

Sociedad y cultura



Coyuntura social, cultural, política, económica de la región donde se desarrollará la actividad.

Cliente



Hábitos de consumo, gustos, tendencias de consumo, tendencias de uso de tecnología.

Competencia



Por quién está formada, como obtienen el producto, como lo venden.

Intermediarios



Características, ubicación, calidad, precio y poder de negociación.

Proveedores



Características, fuerza en el sector, precios y poder de negociación.



9.1.1 COYUNTURA TURÍSTICA

En 2019 se registraron 32'5 millones de visitantes en Andalucía, de los que 12,4 eran extranjeros. El turismo español con 20 millones y un crecimiento del 8,4% abanderó los números. El turismo genera 420.000 puestos de trabajo y 21.800 millones de euros. En este estudio vamos a utilizar los datos estadísticos correspondientes a 2019, puesto que los ejercicios 2020 y 2021 están desvirtuados por el efecto del Covid. La información ha sido extraída del "Balance del año turístico" de la consejería de Turismo de la Junta de Andalucía. Especial relevancia tiene el litoral andaluz, que recibió en 2019 a 18,7 millones de turista, que suponen el 57,5% del total de las personas que visitaron Andalucía en ese año. En la costa andaluza se ha registrado un crecimiento del 6,7% con respecto a 2018, continuando con la senda positiva de años precedentes y siendo similar a la registrada para el total de turistas de Andalucía. Todo apunta que en este 2022 se recuperarán las cifras turísticas de 2019, cuando no se sobrepasen.

En concreto, la provincia de Cádiz sumó 5.015.591 de visitantes (1.109.220 extranjeros) y Huelva 2.564.877 turistas en 2019, de los que 268.168 eran extranjeros alojados en hoteles. La mitad de los viajeros en ambos territorios se concentran en los meses de julio, agosto y septiembre. Hay que tener en cuenta que las cifras varían en función de que se tengan en cuenta toda la oferta de alojamiento o solo los hoteles y pernoctaciones.

La coyuntura del turismo en Andalucía, y en concreto en las provincias de Cádiz y Huelva, reúne unas características propias que encajan perfectamente con el tipo de experiencias que ofrecen los nuevos productos turísticos de pesca-turismo, turismo marino y turismo acuícola.



PROCEDENCIA	TURISTAS (millones)	CUOTA (%)
Españoles	19,8	61,0%
Andaluces	10,6	32,6%
Resto España	9,2	28,5%
Extranjeros	12,6	39,0%
Británicos	2,9	9,1%
Alemanes	1,3	3,9%
Resto UE	4,8	14,9%
Resto Mundo	3,6	11,1%
Total	32,5	100,0%

Turistas por procedencia en Andalucía. Año 2019

Turismo familiar

El turismo familiar es el segmento más importante para las actividades de pesca-turismo y turismo marinero. El 41,6% de los turistas que vienen a Andalucía realizan su viaje en pareja, seguidos por los que optan por venir acompañados de familiares (32,3%). En la composición del grupo de viaje por procedencias se observa que los extranjeros tienden a viajar en grupos más pequeños (solos o en pareja) en mayor proporción que los españoles.

En cuanto al grupo de viaje de los extranjeros, en 2019 el viaje en pareja sigue siendo el más frecuente entre este tipo de visitantes, aunque se reduce nuevamente esta cuota respecto al año anterior (44,9% frente al 50,7% del año 2018), aumentando la importancia entre estos turistas del viaje en familia (29,0%, cuatro puntos más). Así, el turista extranjero se muestra más propenso a viajar a Andalucía en pareja y menos en familia, si lo comparamos con el turista nacional

Un dato que releja la importancia del turismo familiar en las experiencias de pesca-turismo y turismo marinero es que el 72,5% de las excursiones de este tipo corresponde a turismo familiar, según los datos de la empresa Pescaturismo.

Intervalo de edad

La mayoría de los participantes en las experiencias de pesca-turismo y turismo marinero están en una horquilla de edad de entre 35 y 55 años, lo que coincide con el turista tipo que visita Andalucía, ya que el intervalo de edad de mayor peso es el comprendido

entre los 30 y 64 años en ambos mercados (españoles y andaluces). No obstante, el turista andaluz tiene un perfil más joven que el del visitante procedente del resto de España, ya que el 61,3% de los viajeros andaluces sitúa su edad por debajo de los 44 años, mientras que en el resto de España este porcentaje se coloca en el 52,8%. Respecto a los extranjeros, el intervalo de edad de mayor peso es el comprendido entre los 45 y 64 años (29,4%), que supone medio punto porcentual menos respecto a los turistas nacionales. El intervalo de edad más numeroso de los turistas nacionales es el comprendido entre los 45 y 64 años (27,4%).



Desestacionalidad

El tercer trimestre continúa siendo el periodo del año preferido para el 35,1% de los turistas que viajan a Andalucía, aunque se viene observando una pérdida de peso de este trimestre, lo que favorece la desestacionalización del turismo. Esta tendencia beneficia a las actividades turísticas promovidas por los pescadores y mariscadores, ya que pueden realizarse durante todo el año.

No obstante, una característica bien marcada, en el turismo del litoral, es la estacionalidad, ya que las visitas, generalmente, suelen concentrarse en el tercer trimestre del año. En 2019, el 41,2% de las llegadas a la costa andaluza se realizaron en estos meses, frente al 35,1% que representa a los turistas que viajaron a Andalucía, en este mismo trimestre.



Estancia media

Un aspecto negativo respecto a las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero es que cada vez se reduce más la estancia media del turista, ya que, en caso de mal tiempo en el mar y de que sea necesario trasladar la excursión a otro día, el margen es muy corto. Además, se trata de experiencias desconocidas por lo que se hace imprescindible su comercialización en los mercados emisores.

En 2019 la estancia media se situó en 8,2 días, lo que supone una pérdida de casi un día respecto a la permanencia en 2012 (9,15 días), mientras que aumenta la tendencia a realizar escapadas de fines de semana o disfrutar de periodos vacacionales cortos fuera de la temporada estival.

En la comunidad andaluza, la estancia media del mercado nacional se ha situado en 6,4 días, ligeramente inferior a la registrada en 2018 (-0,13 días). En este contexto, mientras que los andaluces registran una permanencia de 5,5 días, los turistas procedentes del resto de España computan una estancia dos días superior.

Las visitas al litoral andaluz suelen registrar estancias más largas que las realizadas a otras zonas de Andalucía. Durante 2019, la estancia media en la costa andaluza ascendió a 8,6 días, siendo superior la correspondiente al turismo extranjero (10,5 días) que la del español (6,8 días), comportamiento similar al turismo que viaja a Andalucía en general.

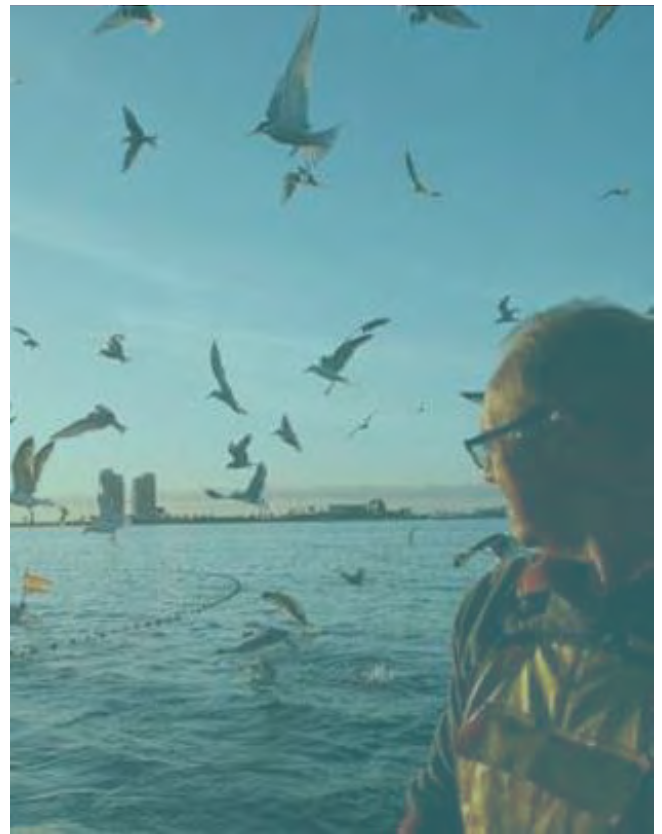
Organización del viaje

Ocho de cada diez turistas que visitaron Andalucía en 2019 organizaron su viaje de forma particular. El empleo de Internet por el visitante ha crecido de manera constante durante los últimos 6 años, situándose la tasa de uso en el 62,8%. Entre aquellos que usan internet casi el 70% terminan comprando online un producto o servicio turístico, mientras que el resto realizan consultas o reservas.

El 78,2% de los turistas extranjeros que ha visitado Andalucía en el año 2019 ha organizado su viaje de forma particular. Cabe destacar que es en este mercado donde existe la mayor tasa de adquisición de paquetes turísticos, viajes combinados o viajes organizados por empresas, asociaciones, etc., elegido por el 21,8% de estos viajeros, frente a un 12,1% en el caso de los turistas nacionales.

Internet se ha consolidado como una herramienta fundamental para la planificación de los viajes, 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 y han elegido Andalucía como destino de sus viajes, 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.

El uso generalizado de Internet para planificar las vacaciones o reservar productos de ocio es un aspecto que favorece a las experiencias de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola, ya que su canal óptimo de comercialización es a través de la red, lo que permite llegar a todos los mercados con un gasto muy reducido.



Fidelización

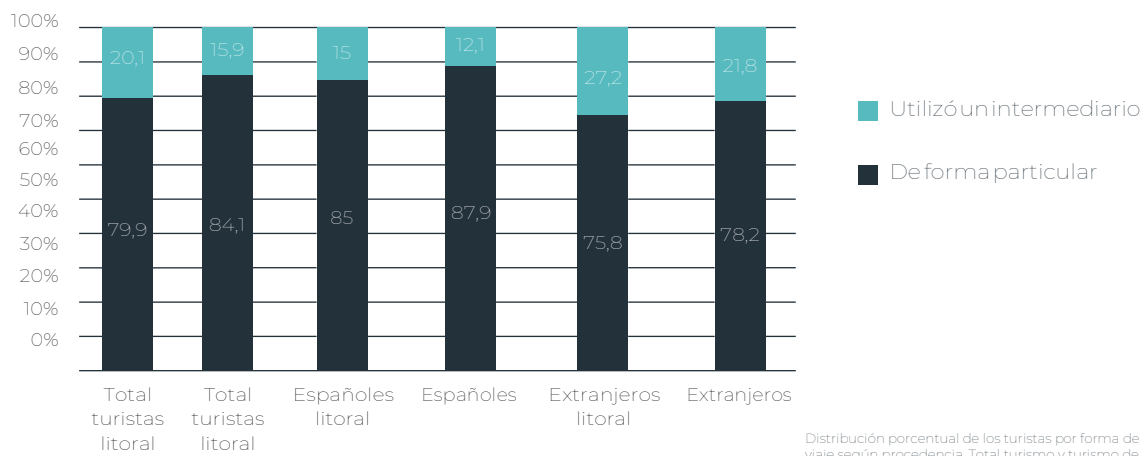
Algo más de la mitad de los turistas que visitaron la Comunidad de Andalucía en el año 2019 ya lo hicieron el año anterior. Como era de esperar, este indicador es más elevado para el caso de los españoles, situándose en un 61%, frente al que ofrecen los extranjeros, estimado en un 36,3%.



Canales de información

La imagen positiva del destino turístico andaluz continúa siendo fundamental a la hora de atraer a nuevos turistas. Tanto es así que el 85,4% de los turistas que visitaron Andalucía en 2019 utilizaron como canales de información sobre el destino andaluz la recomendación de amigos y familiares o la propia experiencia. Por mercados, la experiencia propia toma mayor protagonismo para los turistas nacionales que para los foráneos, 73,4% frente a un 51,1%; mientras que las recomendaciones cobran mayor relevancia para los extranjeros (24,2% frente al 18,4% de los españoles).

Finalmente cabe destacar la importancia que tiene para el mercado extranjero tanto la experiencia propia como la recomendación de amigos y/o familiares a la hora de conocer el destino andaluz (51,1% y 24,2% respectivamente). Este último concepto es muy superior en el turista extranjero en comparación con el español, que se basa en mayor medida en su propia experiencia. El visitante extranjero presenta igualmente un mayor uso de redes sociales y agencias de viajes como canales de información turística. Otro indicio de satisfacción es el elevado grado de fidelidad al destino andaluz, que exponíamos anteriormente.



Tanto el alto grado de fidelidad al destino como que la principal fuente de información sea la recomendación de amigos y/o familiares son dos aspectos que juegan a favor de las experiencias de pesca-turismo y turismo mariner, puesto que el grado de satisfacción de las mismas se sitúa en el 95%, el más alto de las ofertas de ocio.

Actividades y valoración

La experiencia de pesca-turismo es una actividad nueva en Andalucía, por lo que no existen datos sobre las preferencias de los turistas frente a otros productos de ocio. No obstante, las estadísticas de coyuntura turística apuntan elementos que la sitúan en una situación inmejorable, ya que es una oferta que se desarrolla en el litoral, vinculada a la naturaleza y con un alto componente cultural.

Esta situación se puede corroborar en el protagonismo de las actividades realizadas por los turistas durante su estancia en Andalucía, ya que destacan aquellas relacionadas con el uso y disfrute del litoral andaluz (44,6%) o con la cultura (42,1%), a las que se une las actividades relacionadas con la naturaleza (24,2%) y las compras (24,7%). Aunque por procedencia destacan las mismas actividades, los turistas extranjeros en todos los casos alcanzan porcentajes superiores.

Asimismo, los turistas otorgan al litoral andaluz una calificación media superior a la de los turistas nacionales de esta tipología (8,5 puntos frente a 8,3 puntos). Destaca la valoración realizada al patrimonio cultural (8,8 puntos) y como menos puntuado la limpieza con 8,1 puntos, lo que deja claro la elevada satisfacción del viajero extranjero en este destino, ya que todos los conceptos obtienen una valoración de notable alto.



Turismo nacional

Casi la mitad del turismo nacional corresponde a los andaluces (45,5%), seguido de los madrileños (18,1%) y ya a gran distancia aparecen los catalanes y valencianos, según los datos de pernoctaciones hoteleras en 2019.

CC.AA. ORIGEN	PERNOCTACIONES	CUOTA (%)
Andalucía	11.597.565	45,5%
Aragón	320.880	1,3%
Asturias (P. de)	389.022	1,5%
Baleares (Illes)	244.147	1,0%
C. Valenciana	1.261.749	5,0%
Canarias	304.866	1,2%
Cantabria	187.994	0,7%
Castilla y León	992.074	3,9%
Castilla-La Mancha	892.464	3,5%
Cataluña	1.513.570	5,9%
Ceuta y Melilla	114.855	0,5%
Extremadura	880.869	3,5%
Galicia	536.439	2,1%
Madrid (C. de)	4.600.243	18,1%
Murcia (Región de)	629.091	2,5%
Navarra (C. Foral de)	165.123	0,6%
País Vasco	738.654	2,9%
Rioja (La)	101.214	0,4%
España	25.470.771	100,0%

Pernoctaciones nacionales registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según CC.AA. de origen. Año 2019.

Turismo extranjero

El turismo extranjero tiene un especial protagonismo en las excursiones de pesca-turismo, ya que es este tipo de visitante el que apuesta de manera mayoritaria por esta clase de experiencias. La nacionalidad con mayor preponderancia es la británica, seguida muy por detrás por alemanes, franceses, nórdicos, holandeses e italianos.

PAÍS DE ORIGEN	PERNOCTACIONES	CUOTA (%)
Reino Unido	7.101.451	24,1%
Alemania	3.806.464	12,9%
Francia	2.535.918	8,6%
Países nórdicos	1.981.064	6,7%
Holanda	1.424.936	4,8%
Italia	1.326.178	4,5%
Estados Unidos	1.324.396	4,5%
Bélgica	1.115.445	3,8%
Irlanda	1.043.828	3,5%
Portugal	856.864	2,9%
Polonia	600.969	2,0%
Suiza	447.398	1,5%
Rusia	263.346	0,9%
Japón	218.554	0,7%
Austria	209.172	0,7%
República Checa	189.915	0,6%
Luxemburgo	67.057	0,2%
Grecia	49.301	0,2%
Total extranjeros	29.452.992	100,0%

Pernoctaciones registradas en los establecimientos hoteleros andaluces. Distribución según país de procedencia. Millones de noches. Año 2019.

El gasto medio diario que realizan los turistas en destino se cifró en 2019 en 64,52 euros. Si se añade la información de estancia media, se observa que el gasto por estancia se mantiene prácticamente estable situándose en 554,18 euros por persona. Tradicionalmente, estas variables presentan una diferencia por procedencias, siendo siempre las cifras más elevadas en extranjeros que en españoles. Concretamente en 2019 los extranjeros tienen 4,6 días más de estancia y 12 euros de gasto por persona y día. Esto supone en el gasto para el total de la estancia una diferencia al alza de +345 euros frente al turista español.



Las únicas estadísticas sobre el uso de las actividades de pesca-turismo, turismo marineroy acuícola por nacionalidades corresponden a la empresa Pescaturismo, que comercializa este tipo de experiencias en Mallorca, Menorca, Galicia, Asturias, Cantabria, Comunidad Valenciana y Región de Murcia. Los datos corresponden a 2022, de enero al 15 de agosto.

9.1.2 SEGMENTOS DE MERCADO

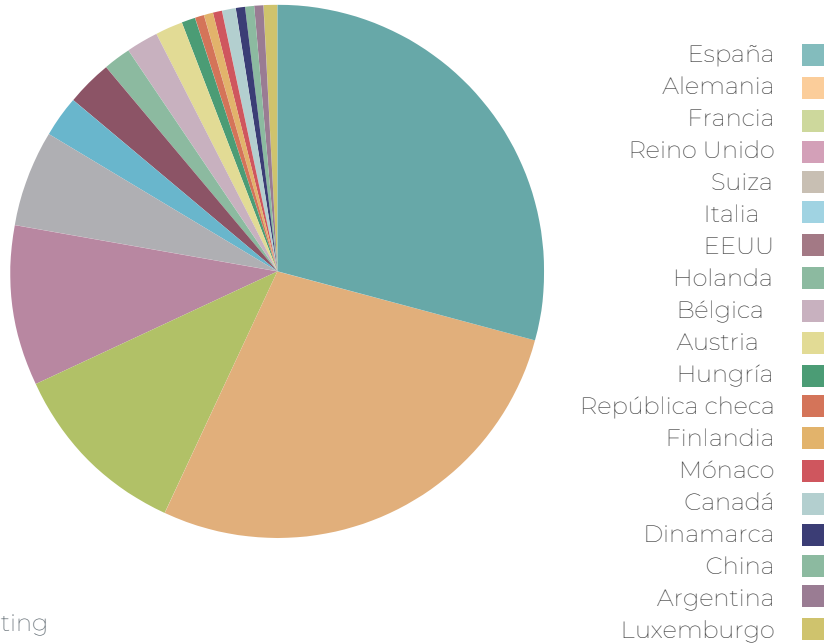
El concepto de "segmento de mercado" se puede definir como el grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores (personas o entidades) que se pueden identificar dentro de un mercado con características similares o comunes en relación a:

- Deseos
- Poder de compra
- Hábitos de compra

Y para los que se diseñan estrategias de marketing específicas, frente a las que se supone reaccionarán de forma similar.

Los principales segmentos de mercado a los que nos dirigimos son turistas que visitan Cádiz y Huelva, especialmente familias, residentes locales aficionados a la pesca, así como escolares para las rutas de puerto pesquero y lonja.

El perfil mayoritario de los turistas que realizan la actividad de pesca-turismo es de entre de 35 a 55 años y con poder adquisitivo medio y medio-alto, respetuosos con el medio natural, contratan más los hombres que las mujeres y predominan las familias.



El perfil mayoritario de los turistas que realizan la actividad de pesca-turismo es de 35 a 55 años y con poder adquisitivo medio y medio-alto

EL ANÁLISIS DEL ENTORNO

El estudio de mercado: el análisis de clientes

Las variables más habituales en las metodologías de segmentación de mercados son:

GEOGRÁFICA
 Subdivisión de un mercado en base a su ubicación (región, tamaño de la ciudad, tipo urbana/rural, clima...)

DEMOGRÁFICA
 Subdivisión del mercado en base a de la población (edad, género, ingresos, escolaridad...)

PSICOGRÁFICA
 Subdivisión del mercado en base a características de la personalidad, conducta, forma de pensar...

POR COMPORTAMIENTO
 Subdivisión del mercado en base al comportamiento relacionado con el producto



9.2 CLIENTES POTENCIALES

Los principales segmentos de mercado a los que nos dirigimos son turistas que visitan Cádiz y Huelva, especialmente familias, residentes locales aficionados a la pesca, así como escolares para las rutas de puerto pesquero y lonja.

El perfil mayoritario de los turistas que se apuntan a la actividad de pesca-turismo es de entre de 35 a 55 años, poder adquisitivo medio y medio-alto, respetuosos con el medio natural, contratan más los hombres que las mujeres y predominan las familias.

Un aspecto crucial a la hora de diseñar nuestras estrategias es conocer perfectamente al segmento turístico al que nos dirigimos. Si nuestro target prioritario es el turismo familiar extranjero, debemos ser conscientes de aspectos tales como que las vacaciones escolares en dichos países no coinciden con las de España. Por ejemplo, en Alemania cada lander tiene su propio periodo de vacaciones. Además, tienen pausas en el curso escolar de al menos una semana en cada trimestre, que es uno de los momentos más aprovechados por los alemanes para hacer viajes al exterior.

Turistas

La provincia de Cádiz sumó 5.015.591 visitantes (1.109.220 extranjeros) y Huelva 2.564.877 turistas en 2019, de los que 268.168 eran extranjeros alojados en hoteles. La mitad de los viajeros en ambos territorios se concentran en los meses de julio, agosto y septiembre. Hay que tener en cuenta que las cifras varían en función de que se tengan en cuenta toda la oferta de alojamiento o solo los hoteles y pernoctaciones.

Los turistas son el primer segmento al que debemos dirigirnos, ya que hay más de 7 millones de potenciales clientes y en especial a los visitantes extranjeros que representan el 70% de los que se embarcan en este tipo de actividades. Además, la mitad de las visitas se registran en los meses de julio, agosto y septiembre, que son las fechas más propicias para vivir estas experiencias.

Un dato importante a tener en cuenta es que el 10% de los turistas extranjeros (unos 140.000 en Cádiz y Huelva) estarían especialmente interesados en disfrutar de una jornada marinera auténtica, puesto que realizan actividades similares en su país y no lo hacen en sus vacaciones por falta de información y de oferta, según un informe de la Cámara de Comercio sobre nuevos productos turísticos. En este segmento el 27% tiene entre 41 y 50 años.

Turismo familiar

El turismo familiar es el nicho de mercado más importante. De los 32 millones de visitantes en Andalucía en 2019, el 41,6% de los turistas realizaron su viaje en pareja, seguidos por los que optan por venir acompañados de familiares (32,3%). Un dato que releja la importancia de este segmento es que el 72,5% de las excursiones de pesca-turismo y turismo marinero corresponde a turismo familiar.

De esta forma estamos hablando de un nicho de mercado que alcanzaría los 5,4 millones de posibles clientes en el Golfo de Cádiz.

Residentes

El público objetivo al que nos dirigimos son todos aquellos gaditanos y onubenses que han demostrado su interés por el mar. Un parámetro orientativo puede ser los aficionados a la pesca. Del Estudio Socioeconómico de la Pesca Recreativa en el Mediterráneo español del Ministerio de Agricultura y Pesca se puede extraer que unas 10.000 personas se encontrarían en esta situación en el Golfo de Cádiz.



Escolares

Los escolares son el nicho más importante de mercado por lo que se refiere a establecer rutas dirigidas a visitar los puertos pesqueros y las lonjas, así como el turismo acuícola (mariscadores y corraleros). También conforman una parte esencial de las excursiones de pesca-turismo y turismo marinero dirigidas a la población residente.

El público objetivo en este segmento serían 146.500 alumnos de Primaria y Eso en Cádiz y unos 60.000 en Huelva, según los datos extraídos del informe de la Junta sobre el "Estado de la Infancia y Adolescencia en Andalucía".



9.3 GESTIÓN DE CLIENTES

La gestión de clientes es la cuestión más difícil de resolver y gestionar satisfactoriamente en las excursiones de pesca-turismo, principalmente porque estamos trabajando en un medio natural que en numerosas ocasiones obliga a cambiar las fechas debido al estado de la mar. Las excursiones de turismo marino o pesquero en barco se hallan menos penalizadas porque se pueden encontrar durante su transcurso lugares en la costa al abrigo de los vientos.

Las actividades de turismo marino y acuícola, referidas tanto a visitas a la lonja como al marisqueo en tierra, no presentan dificultad. Por ello, nos vamos a centrar en las actividades de pesca-turismo y turismo marino en barco.

Antes de nada, es necesario definir las líneas personales de actuación en la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización con el fin de adecuarlas a las características de la organización.

Para ello hay que identificar los canales de contacto con el cliente, enumerando sus características en el ámbito del marketing digital. El plan de actuación se define según los canales de contacto a utilizar con los clientes, presencial y no presencial -publicidad en el punto de venta, telefonía, email, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-, considerando los más idóneos a las características de los clientes.

Además, hay que tener en cuenta en qué medida afecta la normativa de protección de datos de carácter personal en la gestión de un fichero de clientes justificando su importancia y consecuencias de la no aplicación de la misma.



Comercialización

Hay varias fórmulas para captar clientes. Las principales son crear una página web que incorpore un sistema de reservas y de pago, realizar las reservas a través de un teléfono y correo electrónico del que se encarga un miembro de la tripulación/armador/cofradía, a través de tour operadores y por empresas especializadas en estas experiencias. Estos 4 métodos se pueden hacer por separado o combinando algunos e incluso todos.

En esta primera fase, que es la de la comercialización, al realizar las compras a través de varios tours operadores nos podemos encontrar que se han producido un número de reservas superiores a las que podemos dar cobertura, sobre todo en épocas de alta demanda, lo que provoca grandes problemas de gestión para recolocar a los turistas. Este problema se agrava cuando son los tours operadores quienes gestionan los contactos porque en muchas ocasiones se desentienden del problema. Este sistema, en la práctica, obliga a tener a un miembro de tu equipo coordinando todo el proceso.

Los principales problemas que se originan cuando la comercialización se realiza a través de teléfono o email por un miembro de tu equipo es el pago, que si se quiere que sea por adelantado tiene que ser por transferencia bancaria. Si se realiza en el momento de embarcar surgen dificultades, ya que puede producirse que el cliente pague con tarjeta de crédito o que no se presente, ya que no sufriría ninguna penalización económica en caso de no hacerlo, puesto que no ha hecho ningún desembolso previo.

Estos problemas se agravan si las reservas llegan a través de la cofradía porque en la práctica se ha demostrado que no se pueden ocupar debido a la gran carga de trabajo que soportan. La mayor dificultad es cuando de la comercialización se ocupa el propio pescador, que suele estar en la mar y muchas veces sin cobertura. Todo ello se complica cuando no se domina el inglés. Esta fórmula puede funcionar si se hace todo por adelantado, pero es algo que casi nunca ocurre porque habitualmente los turistas esperan al último momento para contratar las actividades de ocio.



Contacto con los clientes

Las situaciones más comunes que nos obligan a mantener contacto con los clientes son las siguientes:

- El cliente tiene problemas para pagar con la tarjeta de crédito.
- El cliente pregunta sobre aspectos de la excursión.
- El cliente no encuentra el puerto o el punto de salida. En muchas ocasiones se produce a las 6 am que es la hora más habitual de salida de estas excursiones.
- El cliente llega tarde.
- Es necesario contactar con el cliente porque hace mal tiempo en el mar y hay que cambiar de día la excursión o devolver el dinero.
- El cliente presenta una reclamación.

Muchas de estas gestiones son imposibles de realizar si la comercialización se ha hecho a través de tour operadores, ya que, por ejemplo, no van a estar pendientes a las 6 am o las 5 de la madrugada de indicar dónde está el puerto pesquero, lo que ocurre con mucha frecuencia. Lo mismo sucede cuando se hace a través de la cofradía.

Si la gestión la lleva el propio pescador, ya sea través de una web o teléfono, es muy difícil que se pueda encargar mientras está pescando de resolver el pago de una tarjeta o contactar con el turista para cambiar el día de la excursión.

Un problema añadido es que en ocasiones los clientes escriben mal su teléfono o email, lo que hace más difícil su localización.

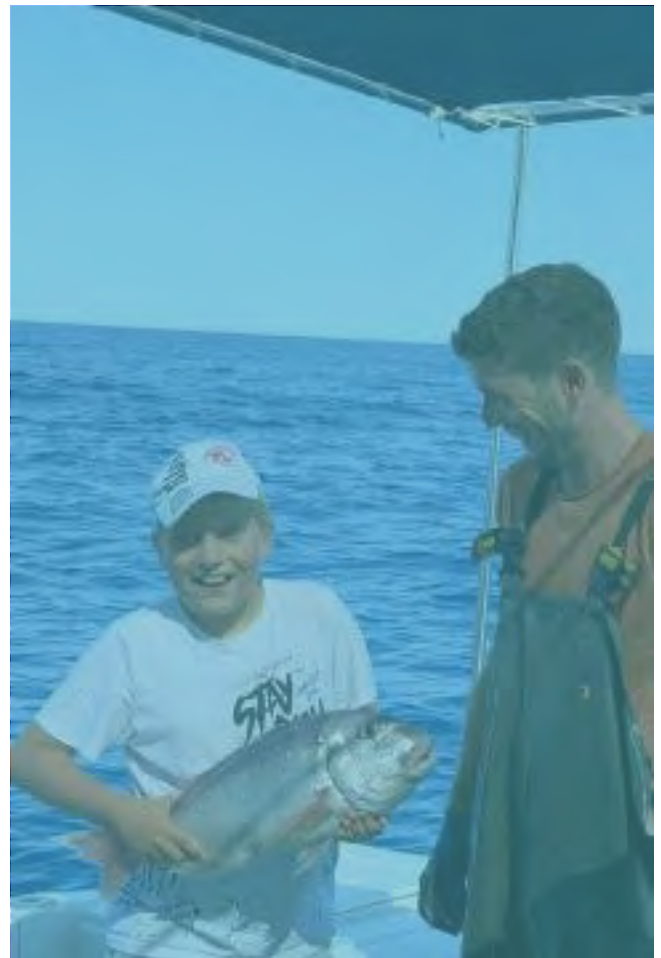
Hay que recordar que legalmente es necesario atender cualquier reclamación que se presente, lo que en ocasiones suele desbordar a las personas que no están acostumbradas a la resolución de este tipo de conflictos, y se termina devolviendo el dinero al cliente, aunque no tenga razón, con el fin de evitar problemas. Es una práctica habitual de algunos turistas amenazar con malas críticas en las redes sociales para exigir a cambio la devolución.

La fórmula que se ha demostrado más eficaz es dejar todo el proceso en manos de empresas especializadas en la gestión de este tipo de actividades.

También puede ser eficaz en la gestión de clientes que sea una tercera persona allegada al pescador o armador, quien gestione todo el proceso a través de la creación de una página web propia y quien se encargue del contacto con los turistas, liberando al pescador de todo ese trabajo.

Otro sistema que resulta viable es compaginar de forma combinada el trabajo de la empresa especializada y la captación de clientes por el propio pescador.

De todas formas, siempre recomendamos que haya un contacto previo del pescador con los turistas antes de la excursión, aunque todas las gestiones se hayan hecho por una agencia o terceras personas. Esta llamada y trato personalizado del pescador es algo que los clientes agradecen mucho.





El contrato y hojas de reclamación

Cualquier excursión que se realiza es un contrato entre la empresa y el cliente, que se transmite por el medio de venta utilizado y que implica a ambas partes. Estamos obligados a cumplir con todo aquello que ofrecemos cuando comercializamos la excursión. El incumplimiento de alguno de los puntos puede dar origen a presentar una reclamación y pedir la devolución.

El precio final y las condiciones de venta se transmiten al cliente, informando con transparencia y claridad de los descuentos y recargos correspondiente al producto y/o servicio ofrecido.

La operación de cobro en la venta de productos y/o servicios se ejecuta, en su caso, en función del canal de comercialización, formalizando el pago según la modalidad que establezca la organización -efectivo, cheque, tarjetas, medios electrónicos, terminales de telefonía móvil, pagos con tecnología RFID/NFC, aplicaciones informáticas específicas u otros-.

Es necesario contar con un libro de hojas de quejas y reclamaciones, así como de un cartel anunciador de su existencia. La dirección general de Consumo de Andalucía destaca que "la edición, distribución, impresión y venta de los libros de hojas de quejas y



reclamaciones es libre, por lo que se pueden adquirir en cualquier imprenta o establecimiento que los comercialice". También se puede realizar todo el proceso electrónicamente.

En cuanto al modelo de cartel que se debe colocar en cada establecimiento anunciando la existencia del libro de hojas de quejas y reclamaciones a disposición del público, se puede descargar de forma gratuita en la página web de Consumo Responde:

www.consumoresponde.es

La entrega de la hoja de quejas y reclamaciones a la persona solicitante será obligatoria, inmediata y gratuita (en plazo máximo de 5 días si se solicita por correo), sin que sea necesario que la persona haya consumido para que se proceda a su entrega. Además, la persona podrá sacar la hoja del establecimiento y rellenarla en otro lugar antes de entregarla a la empresa, que deberá firmar y sellar cada uno de sus ejemplares únicamente a efectos de acuse de recibo.

A partir de la presentación de la hoja de quejas y reclamaciones, la empresa dispondrá de un plazo máximo de 10 días hábiles desde que se presentara la misma para responder por escrito, proponiendo una solución al conflicto en caso de que la haya o justificando que no la ofrezca. Además, la empresa también deberá pronunciarse expresamente sobre si acepta o rechaza la mediación o el arbitraje de Consumo, e informar al cliente sobre si está adherida o acepta someterse a una entidad de resolución alternativa de litigios de consumo. (Ver anexo 14)

9.4 LA COMPETENCIA

Las diferentes actividades en torno a la modalidad de pesca-turismo no tienen actualmente una competencia directa puesto que se trata de un producto turístico nuevo. Son en los chárter náuticos y de pesca donde encontramos una oferta similar. Su papel es muy importante en el Golfo de Cádiz y es la mayor competencia existente. Dada la atomización del sector, que está formado por pequeñas empresas, no existen cifras contrastables que nos puedan indicar su peso real en el conjunto de la oferta turística complementaria.

La pesca recreativa o deportiva es una experiencia que, vinculada en gran parte al auge de la actividad turística, está siendo objeto en los últimos años de un crecimiento exponencial, involucrando cada vez a más participantes y embarcaciones, lo que conlleva un incremento del número de capturas, de tal forma que ha dejado de tener una incidencia meramente anecdótica, para pasar a tener un peso específico en la pesquería de determinadas especies. Asociado a la expansión de esta actividad, está el aumento de los incumplimientos e infracciones, entre los que cabe destacar la pesca sin licencia, rebasar los cupos establecidos, la pesca en áreas no permitidas o con más aparejos de los establecidos, no respetar los períodos de pesca regulados, o la venta ilegal de las capturas.

No obstante, la pesca recreativa se presenta como una actividad que puede mantener una relación de mutuo beneficio con el desarrollo de la actividad de



pesca-turismo. Esta relación sinérgica está basada en el interés que puede suscitar para el aficionado a la pesca recreativa, en contar con los pescadores profesionales como acompañantes y monitores, transmitiéndoles su experiencia y facilitándoles el acceso a las zonas en que la actividad puede ser desarrollada de forma más atractiva. Igualmente, la supervisión de los pescadores debe servir para propiciar un mayor conocimiento del medio marino, así como el cumplimiento de la normativa que regula la pesca recreativa, según se apunta en el Diagnóstico estratégico de la actividad de pesca-turismo en España y el proyecto SAGITAL.

La posibilidad de desarrollar, en el contexto de la modalidad de Demostraciones de pesca del decreto de la Junta de Andalucía, actividades de pesca recreativa, permitiría ofrecer a los aficionados aprender y aplicar de la mano de pescadores profesionales los aspectos relacionados con la práctica de la pesca deportiva responsable, las técnicas de captura y suelta, los aparejos, cebos y señuelos, según la modalidad y especie.



Uno de los mayores retos que tienen las actividades de pesca-turismo, que apenas son conocidas, es diferenciarse de los chárter de pesca, ya que en muchas ocasiones son confundidas por parte del turista. En este caso es aconsejable destacar el papel de los pescadores profesionales, que atesoran un gran conocimiento del medio en el que trabajan, como el elemento que nos va a diferenciar de nuestra competencia.

El elemento diferenciador respecto a las golondrinas (excursiones en embarcaciones de más de 50 plazas) es la exclusividad que supone realizar estas experiencias en barcos en los que convives directamente con los pescadores y el número máximo de personas a bordo nunca supera las 5.

9.5 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las posibles estrategias de marketing vienen condicionadas por los recursos económicos que se estén dispuestos a invertir, lo que no impide diseñar acciones que sean sumamente eficaces. Lo recomendable es llegar a un acuerdo con un operador especializado para comercializar tus experiencias, ya que cuenta con sus propias estrategias de marketing en las que quedarías integrado. En el caso de que quieras hacerlo por tu cuenta, estos son algunos de los puntos que se deben tener en cuenta:

A modo de ejemplo, proponemos cuatro pilares sobre los que podría girar la promoción, dejando por su importancia para un capítulo propio las inversiones en publicidad tanto online como física.

- Acuerdos win to win con los principales operadores turísticos.
- Colaboración con las autoridades turísticas y municipales en el lanzamiento de una nueva oferta de ocio de gran valor añadido,
- Acciones en Internet (posicionamiento SEO, plataforma web y redes sociales)
- Campaña informativa en los medios de comunicación aprovechando el interés que suscita este modelo de negocio.

9.5.1 ESTRATEGIAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

Acuerdos con las cadenas hoteleras para que en sus páginas web haya un banner que derive a nuestra plataforma (en el caso que tengamos web propia). Recibirían un porcentaje de cada venta.

Acuerdo con grupos hoteleros que están en nuestro target, a cambio de un porcentaje por cada cliente que nos deriven.

Acuerdo con los principales tour operadores para promocionar la actividad en los mercados de origen, mediante la misma fórmula de win to win.

Reparto de folletos promocionales en las zonas turísticas que comercializamos.



9.5.2 ESTRATEGIAS CON LAS DIFERENTES ADMINISTRACIONES

Es recomendable acudir e implicar a las autoridades turísticas y de pesca de la Junta, ya que estamos facilitando al mercado un producto que coincide con sus líneas de actuación: diversificar el producto turístico andaluz con una oferta de ocio única y que permite comercializar el Golfo de Cádiz más allá de los tópicos de sol y playa; desestacionalizar la temporada; y dar a conocer la cultura, la gastronomía, el paisaje marítimo y natural de la costa.

Son varias las acciones que se pueden desarrollar en este sentido:

Incluir nuestras actividades en las acciones promocionales de turismo en todo tipo de ferias nacionales e internacionales (nos permitiría presentar nuestro producto sin coste alguno ante los principales mercados emisores).

Habitualmente las administraciones turísticas invitan a distintos grupos de agentes de viajes y tour operadores para presentarles diferentes experiencias que se pueden realizar en territorios concretos. Ese momento es una gran oportunidad para que nuestras excursiones puedan ser incluidas en esas rutas.

Incluir las experiencias de pesca-turismo, turismo marinero y acuícola en los catálogos de promoción turística.

Alcanzar acuerdos con las distintas administraciones turísticas para que financien futuros reportajes con televisiones, revistas y prensa.

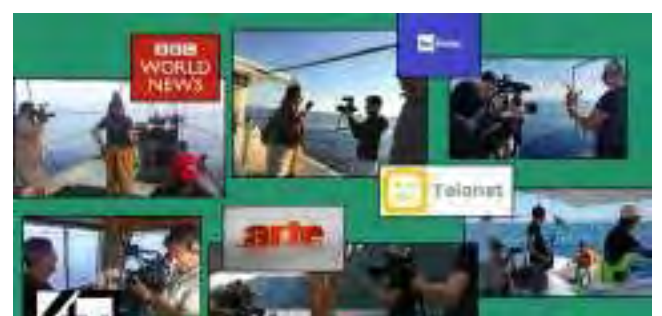
Contactos con los alcaldes correspondientes para establecer fórmulas de colaboración en materia de promoción a todos los niveles. Una acción en este sentido puede ser la elaboración de unos paneles, que correrían a cargo del ayuntamiento y que se colocarían en los puntos estratégicos de los muelles pesqueros, ofertando la actividad.

Acuerdo con las oficinas turísticas para que repartan, sin coste alguno, folletos promocionales de nuestras principales ofertas.

Participación en muestras gastronómicas cuyo eje sea los productos de la pesca.

Charlas en los colegios para transmitir a las generaciones más jóvenes la cultura marinera.

Acuerdos con colegios para visitas a lonja y puerto pesquero, principalmente.





9.5.3 ESTRATEGIAS EN INTERNET

Crear una plataforma web, que mediante técnicas SEO, se situará en las principales posiciones de los buscadores.

Presencia en las distintas redes sociales con contenidos propios.

9.5.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Es necesario contar con un plan de comunicación, que tenga como objetivo aprovechar los hitos informativos que generan las actividades que pretendemos comercializar para obtener la mayor difusión. Para ello se puede convocar a los medios de comunicación cuando se pretenda dar conocimiento de un hecho relevante o facilitar notas de prensa.

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 nuestras experiencias en los primeros lugares de los buscadores de Internet.

9.6 CANALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Son varios los canales que se pueden emplear para comercializar las excursiones, ya sea con medio propios o en colaboración con empresas existentes, y consiste en elegir el que mejor se adapte a nuestras necesidades.

Por ello es necesario, antes de nada, definir las líneas personales de actuación en la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización con el fin de adecuarlas a las características de nuestra organización. Hay que elaborar un plan de actuación comercial de venta online, identificando las diferencias con una venta presencial, en su caso, así como describir características del espacio web, redes sociales u otros, para la promoción y/o venta online de productos y/o servicios.

De esta manera, debemos tener en cuenta qué producto y/o servicio vamos a comercializar, cuál será nuestra cartera de clientes, planes de ventas, proyecto empresarial, canales de comercialización, así como de comunicación, ya sean online u offline.

Además debemos considerar los diferentes canales de comunicación con los clientes, ya sean presenciales o no presenciales: publicidad en el punto de venta,



telefonía, email, sms, página web, networking, e-commerce, chats, newsletters, redes sociales, justificando su relevancia en el ámbito de las comunicaciones con clientes.

Los principales canales de comercialización son:

- Crear una página web y acompañarla con perfiles propios en las redes sociales.
- Colaboración con empresas existentes para que comercialice las excursiones.
- Venta estática en un local o el puerto pesquero.

Las tres fórmulas se pueden combinar entre sí o utilizar individualmente. Lo más importante es que las excursiones tengan la mayor visibilidad posible para llegar al mayor número de personas.



9.6.1 COMERCIALIZACIÓN CON MEDIOS PROPIOS

Internet se ha consolidado como una herramienta fundamental para la planificación de los viajes, 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 y han elegido Andalucía como destino de sus viajes, 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.

Esta es la principal razón por la que es necesario crear una página web para comercializar las excursiones.

9.6.1.1 PÁGINA WEB

El coste de una página web va desde los 3.000 a los 5.000 euros en función de su complejidad. El presupuesto puede elevarse si es un tercero el que se ocupa de incluir la información y contenidos. Además, es aconsejable añadirle un TPV bancario para poder realizar ventas por internet. Los principales costes son los siguientes:

- **Creación de una web:** De 3.000 a 5.000 euros.
- **Contenidos página web:** 3.000 euros (Puede hacerlo uno mismo).
- **Diseño gráfico de la web:** de 1.000 a 6.000 euros.
- **TPV:** Las condiciones depende de cada banco. Suelen cobrar una comisión del 0,5% del importe de cada operación.
- **Compra de un dominio:** 15 euros al año
- **Alojamiento en un servidor de Internet:** 50 euros al año.
- **Protocolo Htpps:** 10 euros por dominio al año.
- **Traducción de la web a otros idiomas:** De 1.000 a 2.000 euros (dependiendo del número de idiomas).
- **Redes sociales:** Es gratis siempre que no pongamos publicidad. Su funcionamiento es muy sencillo por lo que podemos hacerlo nosotros mismos.

1. Arquitectura de una página web

Se puede dividir una página web en:

- El continente: la estructura que va a tener y dónde se va a ubicar la información
- El contenido: los textos, vídeos, imágenes, infografías o elementos incrustables, como por ejemplo calendarios
- El diseño: el envoltorio que lo hace bonito.

Hay profesionales especializados en cada uno de los tres puntos anteriores:

- Programadores web, informáticos o empresas que lo resuelven todo.
- Redactores o creador de contenidos digitales.
- Diseñadores gráficos especializados en páginas web.

El proceso de la creación de una web debe tener en cuenta:

- La aplicación que crea la web (desarrollo): irá en función de la estructura, tipología y frecuencia de publicación de contenidos.
- El diseño gráfico: es importante para diferenciarse de la competencia, aunque hoy en día si no se tiene presupuesto suficiente pueden encontrarse plantillas, relativamente económicas, que se ajuste a la imagen que se desee transmitir.
- La creación y publicación de contenidos: hay que definir desde el principio la persona encargada de crear, editar y producir contenidos de texto, vídeos, imágenes e infografías. Una vez creada la web hay que llenarla de contenidos y deben ser expuestos de forma muy profesional, es decir bien editados. Si en su empresa no hay nadie capaz de hacerlo, tendrá que contratar a un editor de contenidos digitales. Y es mejor contratarlo antes de empezar el proyecto, ya que puede orientarle en cómo tendría que ser su web en función de sus objetivos.



Comprar un dominio

A veces no es fácil elegir un dominio, sobre todo si no coincide con el nombre de su empresa. Tienen diferentes opciones todas iguales de válidas como minegocio.com, minegocio.es, minegocio.net, mi-negocio.travel, etc. En los últimos tiempos están saliendo muchos nuevos dominios y no se puede pretender comprar todas las terminaciones porque tendría un coste muy elevado.

Contratar un servidor

Es necesario contratar el alojamiento de la página web en un servidor (su coste dependerá de las características de su página web). El alojamiento o hosting de la página web, es el lugar (el servidor) donde reside su web para que se pueda acceder a ello desde cualquier parte del mundo.

Un servidor se puede considerar un ordenador que dispensa información a otros dispositivos que se conectan a él. Se contrata a una empresa especializada. Puede encontrar alojamiento gratuito, pero demasiado limitado (cómo por ejemplo blogspot que aloja el servicio de Blogger, o wordpress.com, una versión gratis de WordPress, muy simple). Puede encontrar alojamientos bastante asequibles (desde 20 euros al año, si su web contiene pocos datos).

Este es un tema para tratar con los informáticos para que asesoren en función al alcance de la web. El coste dependerá de la tecnología y el CMS (sistema de gestión de contenidos) utilizados para crear su página web. El sistema de gestión de contenido es importante porque es la interfaz con la cual vas a poder realizar modificaciones en la web. Hay diferentes lenguajes de programación para crear una web. Por ejemplo, no es lo mismo una web creada sólo en HTML, que con PHP o con Java, dinámica o estática. O una web creada en WordPress o una tienda virtual creada con Magento, por poner algunos ejemplos.

Todo esto se puede contratar a una empresa de desarrollo de páginas web. Si ya tiene suficientes conocimientos informáticos puede tratar de hacerlo, ya que existen muchas aplicaciones (editores y gestores de contenidos) relativamente fáciles de utilizar para empezar a crear páginas web, aunque no lo recomendamos.

Protocolo HTTPS

Si tu página web utiliza el protocolo HTTP y contiene formularios que pidan cualquier tipo de datos o hay un sistema de venta a través de un TPV, es posible que el navegador Google Chrome (que es el utilizado de forma mayoritaria) marque tu página web como no segura y el posible cliente no se atreva a hacer una compra a través de tu sitio web. Es por ello que es necesario añadirle el protocolo HTTPS (es un protocolo de comunicación de Internet que protege la integridad y la confidencialidad de los datos de los usuarios entre sus ordenadores y el sitio web).

El informático que ha hecho la web añadirá el protocolo HTTPS. El coste puede ser gratuito, aunque en ocasiones es necesario pagar una pequeña cantidad anual por dicha herramienta.

2. Elementos básicos de una web

Hay páginas webs que pueden mostrar información básica y otras que hasta pueden ofrecer una tienda online para vender por Internet. Todas tienen en común:

- Cabecera, donde se suele ubicar el logotipo de la empresa y también se coloca el enlace para llevar a la página principal.
- Uno o varios menús con categorías que llevan a diferentes páginas de información o listados. Los menús pueden ser en horizontal o vertical.
- El tipo de información mínimo requerido en un menú podría ser:

Perfil corporativo (puede contener quién es la empresa, los promotores, socios o fundadores, historia o alianzas si las tiene)

Información de contacto (Nombre, dirección, teléfono, posicionamiento en un mapa, email o formulario de contacto y horarios de apertura si se trata de una tienda física)

Descripción de los productos o servicios que se ofrecen

Elemento central donde se ubican imágenes, textos, noticias, o directamente los productos que se venden.



Pie de página, con la información sobre la página, condiciones de uso y del servicio, política de privacidad. La información legal es obligatoria por Ley.

Selección de idiomas, en caso de que la web esté en varias lenguas.

- Generación dinámica de noticias: aparece un título, una fecha y un pequeño resumen. Pueden llevar fotografías o vídeos en la ficha de la noticia.
- Tienda virtual, con listas y fichas de productos y carrito de la compra, necesario para vender online, y todas las funcionalidades necesarias para su funcionamiento
- Buscador, en la propia web, en caso de que sea una web con mucha información.
- Enlaces a medios sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.)
- Suscripción a novedades o noticias, sobre la empresa o el sector para tener informados a los clientes.
- Registro de usuarios.

3. SEO

El SEO es vital a la hora de confeccionar una página web. SEO, acrónimo de Search Engine Optimization (en castellano optimización de motores de búsqueda) son el conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento (la visibilidad) en buscadores de un sitio web en Internet, dentro de los resultados orgánicos en los motores de búsqueda.

Las decisiones que se tomen en la estructura, el diseño y los contenidos de la web va a afectar a su visibilidad y posicionamiento. Hay que preparar la web para que pueda ser entendida tanto por los humanos como por las máquinas (buscadores) que las indexan y las enseñan, si están bien posicionadas, cuando un internauta realice una búsqueda.

Los buscadores utilizan unos robots o arañas que automáticamente visitan las webs y las indexan para que puedan ser mostradas en los resultados de búsqueda. Por esta razón la web tiene que facilitar el trabajo a estos robots y estar preparada.

Además, hoy en día, tiene que estar preparada para ser vista a través de un smartphone, poder enlazar con

llamadas o geolocalización (un conjunto de extras que forman partes del adaptative design) y accesible cumpliendo los estándares de accesibilidad.

Todo esto significa que, al contratar el desarrollo de una página web y comparar precios tiene que asegurarse de que la empresa le ofrece:

Dejar la página web optimizada para SEO (Optimización para buscadores), significa que el desarrollador debe indicarle cómo puede complementar usted o su equipo (sin conocimientos de informática) los siguientes contenidos: descripción, palabras claves, títulos, url semánticas, descripción de las imágenes.

Esto es importante para que la web tenga más probabilidades de ser encontrada cuando alguien busque algún tema relacionado con los contenidos de su web.



4. Accesibilidad

Actualmente cumplir con los estándares de accesibilidad es crucial, ya que es imprescindible que la web esté adaptada a la visualización a través de smartphones y tabletas, puesto que actualmente la mayoría de las búsquedas y compras se hacen por teléfonos móviles. Este hecho tiene un mayor peso si tenemos en cuenta que es el medio prácticamente en exclusiva que emplean los turistas para contratar experiencias de ocio cuando están en un lugar de vacaciones

Las pautas de WAI son consideradas como estándares internacionales de accesibilidad web. La idea principal radica en hacer la web más accesible para todos los usuarios independientemente de las circunstancias y los dispositivos involucrados a la hora de acceder a la información. Partiendo de esta idea, una página accesible lo sería tanto para una persona con discapacidad, como para cualquier otra persona que se encuentre bajo circunstancias externas que dificulten su acceso a la información (en caso de ruidos externos, en situaciones donde nuestra atención visual y auditiva no están disponibles, pantallas con visibilidad reducida, etc.).



5. Gestión de contenidos en la web

La empresa de desarrollo web debe dejar la estructura preparada para que usted o los redactores de contenido puedan publicar todos los contenidos que deseen. Es importante que la estructura de menús sea fácil de modificar si quiere añadir o quitar secciones.

Tendría que poder modificar, sin conocimientos de informática, todos los textos de la web. Si no tiene conocimientos básicos de manejar un "backoffice" o a "extranet" (que viene ser como la trastienda) la empresa contratada tendría que ofrecerle una formación sobre cómo actualizar la web, o la posibilidad de ofrecerle más horas de formación hasta que domine todo lo que necesite saber para poder actualizarla cuando desee. Tendría que quedar especificado este punto también en el contrato.

6. Palabras clave

¿Cómo buscan la información sus potenciales clientes en Internet? Esta es la principal pregunta que debe realizarse antes de decidir cómo estructura los contenidos de su página web. Para averiguarlo puede hablar con ellos, observarles o utilizar herramientas como Google Trend:



<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

La herramienta de Google le ofrece las palabras relacionadas con un concepto que utilizan los usuarios de Google para realizar las búsquedas. Es lo que se conoce como palabras clave. Por ejemplo, quizás se puede pensar que un cliente busque "barco de pesca" cuando en realidad lo que el turista escribe en sus búsquedas es "excursiones de pesca". Esta herramienta de Google nos ayuda a saber qué palabras o términos debemos de utilizar al redactar cualquier texto en Internet, ya que es básico para que podamos aparecer en las búsquedas.

7. Diseño web

El diseño puede encarecer la página web de forma notable. Si desea un diseño original y atractivo deberá contratar un diseñador gráfico especializado en diseño web, para que tenga en cuenta todas las limitaciones gráficas de una web y que trabaje codo a codo con el programador.

Un buen diseño se paga. Una opción más barata es comprar una plantilla ya realizada adaptada a un CMS concreto, a partir de 100 euros (lo cual sólo se paga una vez). Hay muchos diseñadores que venden plantillas en Internet, con diseños adaptados a los diferentes gestores de contenidos. Y lo más barato es poner una plantilla predeterminada, que tienen por defecto los gestores de contenido, pero eso no le dará tanta personalidad a su web.

8. E-commerce

Es aconsejable que la página web tenga las funcionalidades de una E-commerce o tienda virtual para que pueda gestionar las ventas de excursiones y de productos a través de medios electrónicos. En este caso es imprescindible que se tenga en cuenta desde el principio a la hora de diseñar y estructurar la web para que quede integrada en la misma.

Tener una plataforma de venta diversifica tu presencia en línea, reduce los costos de comercialización y posiciona tu marca, aumenta los márgenes de beneficio y las conversiones de clientes.

Una plataforma web con una tienda virtual es mucho más compleja que una simple web. Requiere toda una serie de funcionalidades como la ficha de los productos, impuestos según áreas geográficas, el stock, los datos del comprador, TPV virtual, seguimiento del encargo e integración con la empresa logística, en el caso que se envíen pedidos.





9. Contratación para crear una web

Cuanto más claro tenga el proyecto web que desee más fácil será poder pedir y comparar presupuestos. Es aconsejable presentar un boceto de la estructura de la web, los objetivos que se persiguen y varios ejemplos de webs para que la empresa que desarrolle el proyecto tenga una información previa. Es importante pedir al menos 3 presupuestos.

Hay que tener en cuenta varios elementos para valorar las distintas ofertas:

- La tecnología que le ofrecen para el desarrollo de su web
- Hosting anual
- Elementos de posicionamiento integrados en el desarrollo inicial
- Elementos de accesibilidad, usabilidad y "responsive design"
- Facilidad de modificación, actualización y publicación de contenidos de su web
- Facilidad de modificación de estructura de menús
- Diseño original o maquetas
- Mejoras
- Formación para actualización
- Calendario de validaciones, entregas y pagos
- Entrega del código fuente y copia de los contenidos de bases de datos

Además del desarrollo de la página web, tendrá que valorar quién realiza los contenidos y quién los publica. Puede hacerlo uno mismo o contratarlo a un tercero.

10. Traducción a otros idiomas

Es muy recomendable que la página web esté traducida a otros idiomas, principalmente al inglés, aunque es recomendable que también incorpore el francés y el alemán. Hay que tener en cuenta que casi el 40% de los turistas que visitan Andalucía son extranjeros, principalmente británicos, alemanes y franceses. El que la web esté traducida a otros idiomas nos da una ventaja competitiva y nos permite llegar más fácilmente a este importante segmento de mercado.

9.6.1.2 REDES SOCIALES

La importancia del SEO dentro del marketing digital ha ido cobrando más y mayor peso 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. Es por eso que el posicionamiento en buscadores es tan importante: debemos competir para estar en las primeras posiciones 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 clientes. Cada red social tiene su público y papel, por lo que debemos elegir cuál se adapta mejor a nuestras necesidades.

El papel de cada red social es diferente por lo que debemos tenerlo en cuenta a la hora de publicar contenidos relacionados con las experiencias de pescaturismo, turismo marítimo y acuícola que queremos promocionar.





Facebook

Es ideal para promocionar nuestros contenidos y las experiencias de las excursiones. Además, podemos crear anuncios publicitarios en los que segmentemos edad, región, sexo, aficiones, etc. Esta red social permite configurar una cuenta de empresa desde donde podemos canalizar nuestras campañas publicitarias y las respectivas estadísticas. Desde la misma cuenta también se puede gestionar Instagram y compartir anuncios en ambas redes sociales.

Instagram

En los últimos años se ha convertido en la red social con más protagonismo y en ella podemos publicar, además de vídeos, las fotografías de las experiencias y excursiones.

YouTube

Tras uno años en declive, ha vuelto a cobrar relevancia. En esta red podemos publicar los vídeos de nuestras experiencias. Su papel es clave para mostrar a nuestros clientes en qué consisten las actividades que promocionamos.

Twitter

Esta red sirve principalmente para publicar noticias relacionadas con nuestras actividades o empresa. El problema es que se tiene que ser muy activo en dicha red para que nuestras informaciones tengan relevancia.

LinkedIn

Se trata de una red empresarial. Es la oportuna para publicar noticias de empresa y crear marca. Además del perfil personal, también se puede crear una cuenta de empresa.

Tiktok

Es la red social de moda, aunque su papel para promocionar el tipo de experiencias que nos ocupa es muy reducido y su público mayoritario no corresponde a los segmentos a los que nos dirigimos.





Un mar de oportunidades

Vimeo

Cumple unas funciones similares a las de YouTube, aunque su penetración en Internet es muy débil.

Tripadvisor

Es una herramienta fundamental para canalizar las opiniones. Es muy utilizada por los futuros clientes antes de decidirse por contratar una actividad. Además, suele aparecer en los primeros lugares de búsqueda.



Blog

El contar con un blog es lo que más posicionamiento nos proporciona en Internet. Puede utilizarse para describir en profundidad nuestras actividades, publicar consejos, recetas marineras o temas de actualidad relacionados con la pesca, entre otros muchos.



Perfil de empresa en Google

Esta herramienta de Google te permite crear y editar tu perfil de empresa en el mayor buscador del mundo. Los perfiles de empresa aparecen tanto en Maps como en los resultados de búsqueda y son una gran oportunidad para captar nuevos clientes. Su ventaja más importante es que nos sitúa en Google Maps, que es la herramienta más utilizada cuando estamos de vacaciones en un lugar desconocido. Además, proporciona un importante posicionamiento.





9.6.2 CANALES DE VENTA FÍSICA

Los canales de venta física pueden combinarse con los canales de venta online. Un dato determinante para decidirse por la venta física es el coste que supone contar con un local y una persona que pueda atender a los posibles clientes. La inversión sería muy elevada y prácticamente imposible de amortizar con la venta de excursiones. Además, es aconsejable que el puesto de venta esté en las proximidades del puerto.

De todas formas, siempre se puede hacer por terceros. Puede aprovecharse la infraestructura de empresas que se dedican genéricamente a la venta de excursiones para que incluyan nuestro producto, a cambio de una comisión que suele rondar el 20%.

También se pueden vender las excursiones a través de las conserjerías de los hoteles. Es una práctica habitual que los establecimientos hoteleros recomienden o vendan experiencias a sus clientes. La comisión también es del 20%.

Una tercera vía es a través de las oficinas de turismo, aunque de forma mayoritaria no suelen prestar este servicio.

En los tres casos es fundamental, sobre todo las experiencias que se desarrollan en el medio marino, que se anote correctamente los datos del cliente y se establezca un sistema de devolución del dinero por si es necesario contactar con él para cambiar el día de la excursión o anularla debido al mal estado de la mar.

Los puertos pesqueros si están abiertos al público son un polo de atracción para los turistas. Una posible fórmula es vender directamente las excursiones a pie de nuestro barco. El coste es muy reducido. Lo habitual es pintar el barco con nuestro número de teléfono y web si la tenemos y poner un cartel anunciador junto a la embarcación.





9.6.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE TERCEROS

La venta a través de empresas ya existentes o de terceros es la fórmula más utilizada, aunque también se puede compaginar con nuestra propia comercialización, ahorrándonos las transacciones que hagamos directamente por nosotros mismos el 20% de comisión que se paga habitualmente. Este es el caso por ejemplo de un pescador de Sanxenxo que vende sus excursiones a través de su página web y de la empresa Pescaturismo. En la misma situación se hallan las mariscadoras de Cambados, porque cuentan con un local físico y un blog para promocionar sus experiencias, pero también recurren a una gran plataforma especializada como es Pescaturismo.

Las principales empresas especializadas en la comercialización de experiencias vinculadas a pesca-turismo, turismo marítimo y turismo acuático son:

- Pescaturismo (ámbito nacional)
- Turismo Marítimo de Estepona (ámbito la Costa del Sol)
- Pescaturismo Costa del Sol / Ociomar (ámbito Comunidad Valenciana)

Puesto que éstas y otras empresas, además de la comercialización, prestan servicios en la tramitación de autorizaciones, elaboración de contenidos, formación, etc., dedicaremos un apartado especial a las compañías que pueden prestar cada servicio, de forma que sirva de guía.

9.7 PUBLICIDAD

La publicidad es esencial para captar un mayor número de clientes y hacerles llegar nuestras diferentes ofertas. Ésta puede ser online u offline (los canales serían la prensa, radio, televisión, folletos y el cara a cara). El primer sistema es conocido como marketing digital y el segundo sería el marketing convencional. Los dos sistemas se pueden combinar entre sí y complementar.

El gasto en publicidad es muy necesario tenerlo en cuenta en el caso que comercialicemos por medios propios nuestras experiencias turísticas, ya que suele ser una de las partidas económicas principales si se quiere llegar al mayor número posible de clientes.

9.7.1 PUBLICIDAD ONLINE

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 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, todos tenemos consultas que hacerles a los distintos motores de búsqueda. En realidad, hasta podríamos decir que todo lo que no aparece en la web 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.

— Campañas de AdWords

En España, el buscador más importante y utilizado es Google. Es por eso que todo el rato nos referimos a éste como "el" motor de búsqueda". Por tanto, si tenemos que realizar una estrategia de pago para posicionarnos, deberemos crear una campaña de SEM dentro de este motor y su principal herramienta: Google AdWords.

De esta forma si un turista desde su lugar de procedencia pone en el buscador de Google "Ayamonte pesca" (por ejemplo), según las campañas SEM que se han financiado, obtendrá un enlace que rápidamente lo redirigirá a nuestra página web. Es recomendable si utilizamos campañas de AdWords que nuestra web pueda realizar directamente las ventas de las experiencias a través de un TPV para rentabilizar al máximo la publicidad online.

Por ello, la herramienta más empleada en publicidad online suelen ser las campañas de AdWords de Google. Son muy rentables y baratas, ya que las más habituales son pagar por el número de clics (personas que dan a un enlace que los dirige a nuestra web) o conversiones (personas que después de todo el proceso terminan comprando nuestro producto).



Ventajas de crear campañas en Google AdWords

- La herramienta Google AdWords (ahora llamada 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, 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 nuestra web. Y, gracias a la previa segmentación del público objetivo, será mucho más cualitativo.
- Gracias a Google AdWords, 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, horas, sexo, región, edad, etc.
- Control de los costes. 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 con los usuarios.
- Diferentes campañas. Google AdWords 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).
- 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.



Inversión en AdWords

La inversión suele rondar (si solo se quiere promocionar una experiencia) unos 50 euros mensuales durante la temporada estival, en la campaña más habitual de Google AdWords que es la de Búsqueda. El problema reside en que hay que tener amplios conocimientos en marketing digital, SEO y SEM para que sean efectivas. Un especialista en estos campos puede encargarse de diseñarla y luego resulta relativamente sencillo su gestión sin necesitar amplios conocimientos. La tarifa media de estos trabajos es de entre 30 y 50 euros la hora.



Publicidad en Redes Sociales

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 AdWords.

También en la mayoría de los casos se puede segmentar por el sexo, la edad, la región geográfica, los gustos y las aficiones. Las principales son Facebook e Instagram, que nos permiten en sus campañas seleccionar distintos objetivos: visualizaciones, likes, mensajes de WhatsApp, visitas a la web, clics en enlaces, etc.

Recomendamos que el gasto esté en función de los resultados obtenidos y se empleen herramientas como Google Analytics para medirlos, ya que los datos que proporcionan las redes son muy numerosos, pero de baja calidad a la hora de poder realizar un análisis en profundidad.

Por lo que se refiere a la publicidad en YouTube se puede gestionar a través de Google AdWords, aunque los anuncios aparecen principalmente en el canal de vídeo.

9.7.2 PUBLICIDAD OFFLINE O FÍSICA

La publicidad offline utiliza los canales tradicionales, en oposición a los digitales. Se vale del entorno físico para promover una marca o producto en vallas, prensa escrita, folletos, carteles, televisión, revistas y radios, principalmente.

El coste de este tipo de anuncios es muy elevado, por lo que difícilmente nos saldrá rentable. Nuestra recomendación es apostar por la publicidad online.

Un gasto obligado suelen ser los folletos si estamos interesados en tener presencia principalmente en las oficinas de turismo, que son un lugar estratégico para captar clientes. También a través de las distintas agencias de turismo públicas podemos hacerlos llegar a aquellos espacios donde ellos hacen promoción, así como a las ferias turísticas, tanto nacionales como internacionales, por lo que es casi obligado que los folletos estén en varios idiomas.

Otro lugar donde se pueden colocar los folletos es en los hoteles. Muchos de ellos cuentan con un catálogo de la oferta complementaria de la zona para ofrecérselo a sus huéspedes.

La inversión en folletos suele ser relativamente económica. En Internet se suelen encontrar numerosas ofertas y el precio varía considerablemente en función de la calidad del papel y del número de ejemplares (cuánto más se encarguen más económico es). Por ejemplo, 2.500 folletos pueden costar unos 20 euros. También hay que contemplar el trabajo por el diseño de los folletos, que suele rondar entre los 100 y los 200 euros.





9.7.3 MERCHANDISING

El merchandising básicamente es la venta de productos vinculados a las experiencias que comercializamos. También se puede utilizar con fines promocionales haciendo referencia a la empresa, con el objetivo de incrementar su visibilidad y conseguir un mayor posicionamiento de marca.

Este tipo de ventas pueden realizarse online (dentro de nuestra web) o directamente al turista en algún momento de la experiencia. Las ventas online requieren contar con un complejo sistema de reparto, por lo que no la recomendaríamos, ya que es difícil rentabilizarlas. Es más sencillo acudir a portales como Amazon para colocar nuestros productos.

Los productos más comunes de merchandising que podemos comercializar o utilizar para promocionar nuestra marca son gorras, camisetas y llaveros. De todas formas, se puede pensar en otros productos de venta que estén más relacionados con las experiencias de pesca-turismo, turismo marítimo o acuícola que desarrollamos, aunque hay que tener en cuenta que el coste de producción será más elevado.

Camisetas con nuestro logo o eslogan: Pueden adquirirse en Internet en torno a los 1,50 euros y podemos comercializarlas a 5 euros.

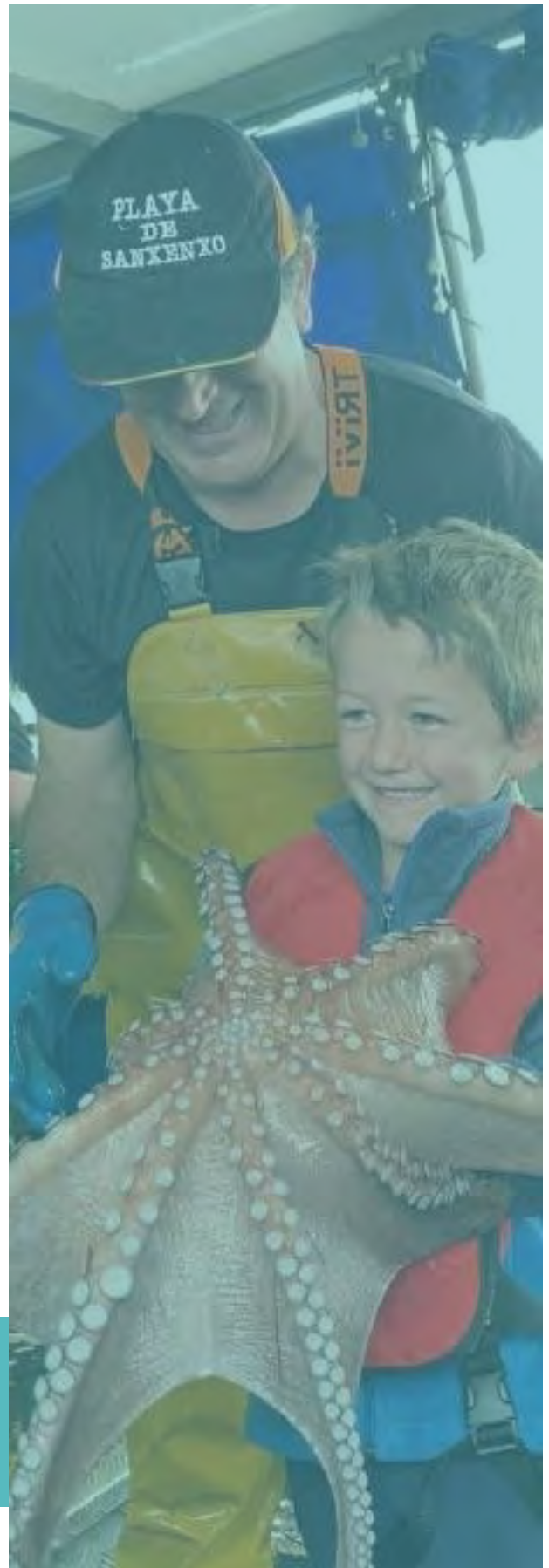
Gorras con nuestro logo o eslogan: Pueden adquirirse en Internet en torno a los 1,50 euros y podemos comercializarlas a 5 euros.

Llaveros personalizados: Pueden adquirirse en Internet desde los 0,50 euros a los 1,50 euros y podemos comercializarlos a 5 euros.

Hay que tener en cuenta que es necesario comprar un mínimo de unidades de cualquiera de los productos señalados anteriormente y que el precio puede variar en función de su calidad.

Es necesario realizar una factura con IVA y establecer un sistema de pago, ya sea en efectivo o por medios electrónicos.

El merchandising básicamente es la venta de productos vinculados a las experiencias que comercializamos



Gorra promocional con el nombre del barco de un pescador de Sanxenxo.



10.

Guía de empresas





Hay un largo camino que recorrer para poner en marcha las excursiones de pesca-turismo, turismo marineru y acuícola. Hay que contemplar desde la tramitación de las autorizaciones hasta la comercialización, la formación, el diseño de las distintas actividades, la elaboración de contenidos, la creación de páginas web, etc. Este capítulo pretende ser una guía en la que mostrar a las empresas a las que se puede recurrir en cada momento del proceso. Hay firmas que abarcan todos los campos y otras que están especializadas solo en determinados asuntos. También existen armadores y grupos que han comercializado la actividad por medios propios.

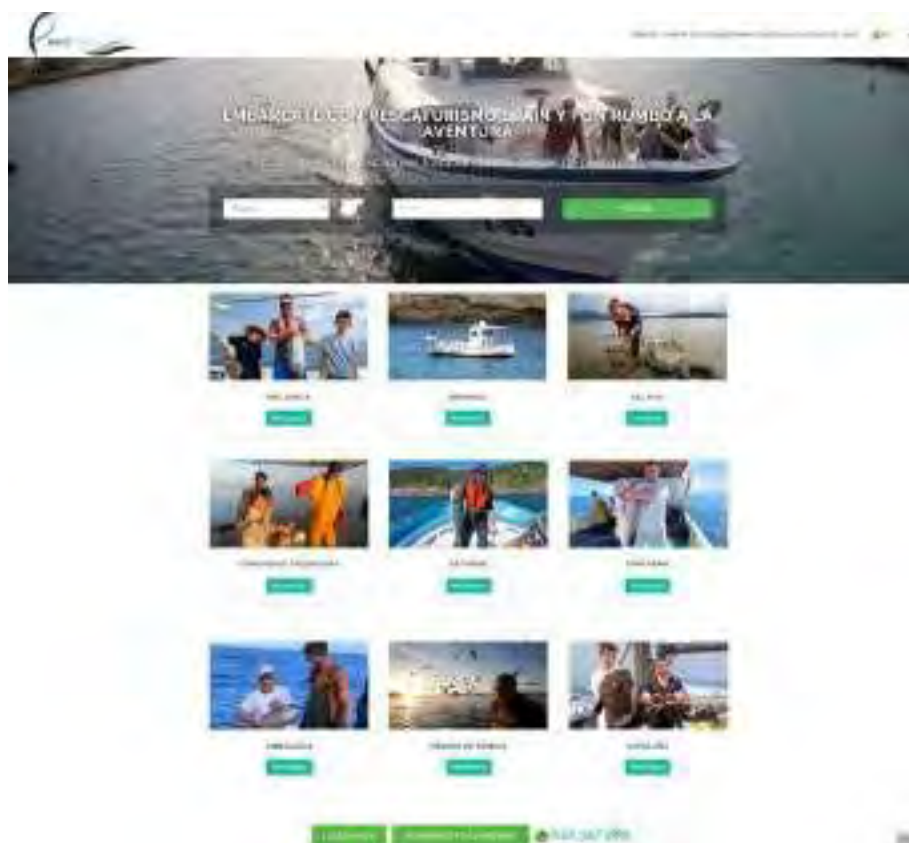
10.1 COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR

La venta a través de empresas ya existentes es la fórmula más utilizada para comercializar las experiencias de pesca-turismo, turismo marineru y acuícola.

— Pescaturismo

Pescaturismo es la principal empresa en comercialización de actividades de pesca-turismo y turismo marineru y acuícola en España. La práctica totalidad de este tipo de experiencias en el país se comercializan a través de su plataforma web.

- **Pescaturismo:** Pepe Martínez
- **Teléfono:** 622 347 389
- **Correo electrónico:** info@pescaturismospain.com
- **Web:** www.pescaturismospain.com
- **Precio:** Se encarga de todo el proceso (autorizaciones, elaboración de contenidos y comercialización) de forma gratuita a cambio de un 20% del importe de la venta de las excursiones. La tramitación de autorizaciones y ayudas tiene un coste de 100 euros respectivamente.





Pescaturismo Costa Blanca / Ociomar

Pescaturismo Costa Blanca, que también trabaja en Torrevieja con el nombre de Ociomar, es una empresa especializada en turismo marítimo. En colaboración con las cofradías de pescadores de Torrevieja y Villajoyosa, así como con los ayuntamientos de dichas localidades ha diseñado, organizado y comercializado rutas para visitar los respectivos puertos pesqueros y lonjas. También cuenta con actividades para visitar los caladeros de pesca desde una segunda embarcación y rutas para escolares, así como otras actividades de ocio náutico, ajenas a los pescadores. Actualmente trabaja en la gestión de las autorizaciones de varias embarcaciones de arrastre en Denia.



- Contacto: Beatriz Almarcha
- Teléfono: 617 21 60 49
- Email: info@tourscostablanca.com
- Web: www.tourscostablanca.com / www.ociomartorrevieja.com



10.2 PORTALES TURÍSTICOS DE INTERÉS

Hay una serie de portales turísticos en los que es muy recomendable tener presencia.

Huelva Marinera

Huelva Marinera es un club de producto que engloba a las principales empresas que comercializan experiencias de turismo marítimo en la provincia. Ellos te asesoran en todo el proceso, que es completamente gratuito, para subir tus actividades a su web.



- Contacto: Eli Villafaina
- Teléfono: 670 314 419
- Email: info@costaoccidentalhuelva.com
- Web: www.huelvamarinera.es

Turismo de España

Turismo de España es el portal oficial de turismo de España. Puedes subir a su web tus experiencias de forma gratuita. Es muy sencillo darte de alta. La única condición es que los textos estén también traducidos al inglés.



- Link para alta de actividades: <https://experiences.spain.info/experiences/login>
- Email: experiencias@segittur.es
- Teléfono: 914 43 07 07
- Web: www.spain.info/es





Thursa

Thursa es un operador turístico que opera principalmente en la provincia de Huelva. Es un intermediario entre las cadenas hoteleras, tour operadores, transportistas y comercializa diferentes experiencias y rutas.



- Web: www.thursa.com
- Teléfono: 959 282 107
- Email: central@thursa.com

10.3 COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE TOUR OPERADORES

Hasta ahora no ha sido posible comercializar con éxito con los grandes tour operadores las excursiones de pesca-turismo debido a la complejidad que supone operar en un medio marino que obliga a constantes cambios en las reservas, que se ven condicionadas por el estado de la mar.

Los principales tour operadores han mostrado un gran interés en incorporar a su cartera de ocio este tipo de experiencias, pero han chocado con su compleja gestión.

En cambio, todas aquellas experiencias en tierra pueden tener cabida en la oferta de los grandes operadores turísticos puesto que no están supeditadas a las condiciones meteorológicas.

Estos son algunos de los principales operadores:

- Viator (es el operador turístico de TripAdvisor y está vinculado a una página web)
- Logitravel-Viajes El Corte Inglés
- TUI
- Airbnb
- Booking
- Expedia

Precio: Cobran una comisión del 20% de la venta de las experiencias. En la mayoría de los casos, como Airbnb o Viator, tú subes los contenidos y fotografías a sus plataformas.



10.4 COMERCIALIZACIÓN POR MEDIOS PROPIOS

Existen varios armadores y grupos de mariscadoras que comercializan sus experiencias por medios propios, aunque en la mayoría de los casos se apoyan también en empresas especializadas.

— Turismo Marinero Costa del Sol

De todas las empresas que comercializan sus experiencias por medios propios la más importante y destacada es Turismo Marinero Costa del Sol. Esta firma, liderada por Shonia Cruz, es pionera en España en las actividades de turismo marinerero. Sus experiencias abarcan desde rutas marineras en barco, talleres para escolares y degustaciones hasta rutas específicas para cruceristas o visitas al barrio marinerero de Estepona. Cuenta con una página web y presencia en todas las redes sociales.

- Web: www.turismomarinerocom.com



— Turismo Marinero de Murcia

El Sparus es el primer barco construido en España para realizar excursiones de turismo marinerero por lo que está especialmente acondicionado para ello. Capitanado por el pescador Juan Tárraga y el biólogo Manuel Trives es un proyecto del GALP de Murcia con fondos de la Unión Europea. Desde San Pedro del Pinatar realizan todo tipo de experiencias de turismo marinerero: visita a los caladeros, lonja, snorkel, chárter de pesca, puesta de sol... Las reservas llegan por su página web y redes sociales y las canalizan por correo electrónico y teléfono. También se apoya en la plataforma de Pescaturismo para la comercialización de sus experiencias.

- Web: www.turismomarineromurcia.com





El Paraíso

El Paraíso es un barco de arrastre que comercializa sus excursiones de pesca-turismo por medios propios. Son tres hermanos. Dos de ellos van embarcados y la hermana se dedica a la venta de excursiones y la difusión de contenidos en redes sociales. A raíz del Covid han suspendido el embarque de turistas.



- Web: www.pescaturismo.es

Cap a Mar

Cap a Mar es una organización nacida en el seno de una familia de pescadores de la Barceloneta, a cuyo frente se encuentra Cristina Caparrós y que cuentan con dos barcos de arrastre y un restaurante. Cristina Caparrós comercializa tanto las excursiones de pesca-turismo, como las visitas al puerto pesquero y lonja, talleres para escolares, así como degustaciones, principalmente a través de una página web. También promocionan sus experiencias por las redes sociales.



- Web: www.capamarbcn.com/es



Playa de Sanxenxo

Sauro Martínez es el patrón mayor de la cofradía de pescadores de Sanxenxo y tiene una embarcación de artes menores con la que realiza excursiones de pesca-turismo. Su mujer Nuria es la que se encarga de llevar la gestión de las excursiones. Ellos tienen una página web para comercializar las excursiones, pero las ventas proceden principalmente de la plataforma de Pescaturismo a la que están adheridos



- Web: www.marineroporundia.com

Guimatur

Guimatur es una asociación que agrupa a las mariscadoras y redeiras de Cambados. Ofrecen visitas para salir a marisquear con ellas a pie de playa. Las reservas llegan por su página web y redes sociales y las canalizan por correo electrónico y teléfono, aunque principalmente la mayoría de las ventas se realizan a través de la plataforma de Pescaturismo, en la que se hallan integradas.



- Web: www.guimatur.org



Pescaturisme Palamós

El Estrella del Sur es un barco de arrastre de Palamós. Comercializa sus excursiones a través del Museu de la Pesca de Palamós, aunque cuenta con página web. La venta de entradas es física y se realiza por los técnicos del museo.



- Web: www.pescaturismepalamos.org

Amarcarril

Amarcarril es la asociación que agrupa a las mariscadoras de Carril en el municipio gallego de Vilagarcía de Arosa. Realizan rutas de marisqueo y visitas a la isla de Cortegada. Hacen llegar su oferta principalmente a través de un blog y cierran las reservas por correo electrónico y teléfono. También comercializan sus experiencias con Pescaturismo.



- Web: www.amarcarril.wordpress.com



Life&Sea

Life&Sea es una empresa de chárter náuticos que, entre su amplia oferta (party boat, golondrinas, veleros, jet sky, chárter de pesca, catamarán...), incluye dos barcos de pesca de artes menores con base en Palma y Sóller. Comercializan toda su oferta de ocio náutico a través de una web propia con TPV, aunque se ayuda de la plataforma Pescaturismo para comercializar las excursiones de pesca-turismo y turismo marinerero de sus dos barcos de pesca.



- Web: www.lifeandseapescaturismo.com

10.5 DOCUMENTACIÓN DE CAPITANÍA MARÍTIMA

Debido a la compleja redacción de documentos y pasos a seguir durante la tramitación para obtener la autorización de pesca-turismo es aconsejable contratar alguna empresa especializada, que además suelen ocuparse de la comercialización de las excursiones:

Pescaturismo

Pescaturismo es la principal empresa en España que hasta ahora ha realizado la documentación para obtener la autorización de pesca-turismo ante las capitanías marítimas. Prácticamente ha gestionado la totalidad de los permisos de los pesqueros que desarrollan la actividad o ha asesorado a los GALP en su tramitación, como es el caso de Galicia, excepto en la Comunidad Valenciana donde esta labor ha sido realizada por la empresa Trip and Feel. Desde su nacimiento en 2016 ha gestionado más de medio centenar de autorizaciones en Mallorca, Menorca, Asturias y Región de Murcia; y ha prestado asesoramiento en Galicia, Canarias y Comunidad Valenciana.

- Pescaturismo: Pepe Martínez
- Teléfono: 622 347 389
- Correo electrónico: info@pescaturismospain.com
- Web: www.pescaturismospain.com
- Precio por la documentación: 100 euros más IVA. La tramitación serían otros 100 euros y se realiza en colaboración con La Mar Consultoras.



Trip and Feel

Trip and feel es una empresa fundada por Paco Gracia, hijo de pescadores, que se dedica a desarrollar proyectos integrales de pesca-turismo y turismo marinero con visitas a puertos pesqueros y lonjas. Cuenta con numerosos premios y ha desarrollado proyectos en Cerdeña (Italia). En España, en colaboración con las cofradías de pescadores, ha diseñado las actividades, ha impartido formación a pescadores, así como gestionado las autorizaciones de pesca-turismo para dos barcos de arrastre en Jávea y uno de artes de menores en Vinaroz, que también está adaptado a embarcar a personas con movilidad reducida.

- **Contacto:** Paco Gracia
- **Teléfono:** 635 01 69 28
- **Email:** turismopesquero@gmail.com



10.6 PRUEBAS DE ESTABILIDAD

La prueba de estabilidad para ampliar el número de personas que pueden embarcar en un pesquero es uno de los elementos indispensables que requieren las capitanías marítimas para autorizar la actividad de pesca-turismo. Cualquier ingeniero naval puede realizarlas.

- **Ingeniero naval:** Juan Antonio Armenta
- **Contacto:** 609 545 452
- **Ámbito de actuación:** Golfo de Cádiz
- **Precio de la prueba de estabilidad:** 420 euros



10.7 FORMACIÓN

En España solo hay 4 empresas que hayan impartido formación en las materias de pesca-turismo, turismo marinerero y turismo acuícola.

— Pescaturismo

Pescaturismo ha formado parte del grupo de 5 expertos de los ministerios de Educación, Agricultura y Pesca, y Transportes (Marina Mercante) que han creado la cualificación profesional de pesca-turismo y turismo marinerero, correspondiente a la familia profesional de "Hostelería y Turismo", en el marco del programa Incual. Ha dado cursos de formación de pesca-turismo a los pescadores de Baleares para acceder a las ayudas de la Unión Europea y a la Asociación de Mujeres de la Pesca de Andalucía.

Asimismo, ha participado como experto y ponente en congresos nacionales de pesca-turismo y turismo marinerero en Vigo, Isla Cristina, Cabo de Palos, Garrucha, La Palma, Tenerife, Lanzarote, Gran Canaria... y ponente del seminario nacional sobre economía azul organizado por el Clúster Marítimo de Baleares en Palma, en el marco del programa Interreg Mediterranea Mistral.

- **Pescaturismo:** Pepe Martínez
- **Teléfono:** 622 347 389
- **Correo electrónico:** info@pescaturismospain.com
- **Web:** www.pescaturismospain.com
- **Precio:** Condicionado a que la formación sea presencial u online y a que sea individual o por grupos

— La Mar Consultoras

La Mar Consultoras es la división de Turismo Marinerero Costa del Sol dedicada entre otras muchas cosas a la formación. Es la primera academia oficial de turismo marinerero en España, con formación especializada en turismo marinerero y pesca-turismo. Disponen de instalaciones prácticas para la formación en un entorno real, y en contacto directo con la empresa, ofreciendo así un refuerzo de las competencias profesionales y mejora de la empleabilidad del alumnado. También ofrece formación online.

Shonia Cruz, que lidera esta empresa, es un referente nacional en la formación en turismo marinerero y ha ofrecido cursos en prácticamente todo el territorio español. Además, ha participado como ponente en numerosos congresos internacionales.

- **La Mar Consultoras:** Shonia Cruz
- **Teléfono:** 695 936 306
- **Correo electrónico:** info@turismomarinerero.com
- **Web:** www.turismomarinerero.com
- **Precio:** Condicionado a que la formación sea presencial u online y a que sea individual o por grupos



Babadiva

Babadiva es una consultora especializada en formación en pesca-turismo y turismo marineru, creación de marca, diseño de actividades, rutas y materiales educativos en proyectos vinculados al sector pesquero. Destaca su iniciativa Mar Das Illas, que, en colaboración con los GALP de las rías de Pontevedra, Arousa y Vigo, ha permitido a dos embarcaciones pesqueras realizar la actividad de pesca-turismo. Han asesorado en la obtención de permisos, diseñado las actividades y formado al personal. También han trabajado con las mariscadoras de Redondela, entre otros muchos colectivos.

- **Contacto:** Teresa Ramos
- **Teléfono:** 618 32 00 33
- **Email:** babadiva@babadiva.es
- **Web:** www.babadiva.es/educacion-ambiental
- **Proyecto Mar Das Illas:** Mar das Illas Atlánticas
- **Precio:** Condicionado a que la formación sea presencial u online y a que sea individual o por grupos.

Trip and Feel

Trip and feel es una empresa fundada por Paco Gracia, hijo de pescadores, que se dedica a desarrollar proyectos integrales de pesca-turismo y turismo marineru con visitas a puertos pesqueros y lonjas. Cuenta con numerosos premios y ha desarrollado proyectos en Cerdeña (Italia). En España, en colaboración con las cofradías de pescadores, ha diseñado las actividades y ha impartido formación a pescadores.

- **Contacto:** Paco Gracia
- **Teléfono:** 635 01 69 28
- **Email:** turismopesquero@gmail.com
- **Precio:** Condicionado a que la formación sea presencial u online y a que sea individual o por grupos.



11.

Posibles vías de financiación





La Unión Europea promueve el uso de instrumentos de financiación existentes para proyectos destinados al crecimiento azul y en especial las actividades de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola, sobre todo en áreas innovadoras donde las inversiones privadas son menos frecuentes.

Los principales son el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMPA), que tiene la finalidad de favorecer la diversificación de la economía marítima local, el desarrollo sostenible de las regiones marítimas y la implementación de la Política Pesquera Común; y el Fondo Europeo para el Desarrollo Regional (FEDER), que ofrece diversidad de oportunidades de inversión en el área de la economía azul con el fomento de la innovación, el desarrollo del turismo sostenible, la protección de la diversidad y las energías renovables. Por otra parte, el Fondo Social Europeo (FSE) ofrece oportunidades para la creación de empleo en el área de la economía marítima.

En general, para acceder a ellos se puede contactar con el área de desarrollo local de su ayuntamiento o con el grupo de desarrollo rural de su territorio, pero para los fondos europeos FEMP y para el futuro FEMPA (es el nuevo fondo de las políticas marítima, pesquera y acuícola de la UE propuesto para el periodo 2021-2027, en sustitución del anterior FEMP) se tiene que hacer a través de su grupo de Acción local del sector Pesquero (GALP).

Junta de Andalucía-GALP:

www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescaaguaydesarrollorural/areas/pesca-acuicultura/gdp.html



Existen varias fórmulas para obtener subvenciones que ayuden a financiar el gasto que supone adaptar una embarcación pesquera y adquirir los elementos de seguridad para que pueda realizar la actividad de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola. En todos los casos la aportación económica proviene de los fondos europeos, por lo que tienen que cumplir unos criterios mínimos.

Las principales vías posibles de financiación son a través de los proyectos que puedan presentar los GALP o directamente con la Junta de Andalucía en el caso de que saque una línea de ayudas específicas, tal como se contempla en el decreto para la diversificación pesquera, donde se regulan dichas actividades.



11.1 AYUDAS A TRAVÉS DE PROYECTOS DE LOS GALP

La fórmula de solicitar una subvención a través de un proyecto de los GALP es la más idónea de todas, ya que abarca todo el proceso completo. Puede contemplar desde la tramitación de las autorizaciones, adaptación de los barcos e inversión en elementos de seguridad hasta el diseño de las actividades, cursos de formación, elaboración de una página web y material gráfico y audiovisual, etc. Además, la ayuda puede alcanzar hasta el 80% para los barcos de artes menores. Todo el proceso suele llevar entre seis meses y un año.

Las ayudas actuales están en la Orden de 8 de mayo de 2021 de la Junta de Andalucía, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de las ayudas a proyectos acogidos a las Estrategias de Desarrollo Local Participativo de los Grupos de Acción Locales del Sector Pesquero de Andalucía, durante el periodo de ejecución del marco del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca 2014-2020.

En el Artículo 8 referido a los gastos subvencionables, se indica que, además de tener que estar incluida dentro de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo de cada territorio, se podrán subvencionar los siguientes conceptos.

Gastos subvencionables:

Los gastos vinculados a estudios de viabilidad y redacción de proyectos. En este caso, la fecha de la factura y el abono podrá ser anterior, en un año, a la fecha de solicitud.

Los gastos de los proyectos técnicos, estudios técnicos de validación de los proyectos y dirección de obra hasta un límite del 12 por ciento del coste subvencionable del presupuesto de ejecución material de la obra o actuación.

Las inversiones y gastos necesarios y directamente relacionados con las actividades de pesca-turismo, turismo mariner y turismo acuícola conforme a la regulación establecida por el Decreto 129/2021, de 30 de marzo, por el que se regula y fomenta la actividad de pesca-turismo y otras actividades de diversificación pesquera y acuícola en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se incluyen las inversiones o gastos relacionados con la adecuación de buques para la puesta en marcha de la actividad de pesca turismo, el equipamiento de salvamento y seguridad, adecuación del botiquín de a bordo, los gastos de formación en esta materia a los tripulantes de los buques autorizados y el seguro obligatorio que establece el artículo 7 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril. Del mismo modo, será subvencionable durante el primer año la contratación de un servicio de gestión de reservas.

La adquisición, el arrendamiento o el acondicionamiento de embarcaciones, excluidas las de la letra anterior, que se exploten con fines lucrativos para el turismo, el ocio, el deporte o la pesca no profesional.

Los gastos de campañas de promoción y comunicación, creación de páginas web y registro de dominios serán subvencionables, no así su mantenimiento. Los gastos en servicios de consultoría y asesoramiento necesarios para la obtención de la autorizaciones, permisos y licencias para la puesta en marcha de la actividad serán subvencionables con un límite de 2.000 euros.

Requisitos principales

Que tengan su puerto base en Andalucía.

Que estén dados de alta en el censo de la flota pesquera operativa.

Que no dispongan del Informe favorable del Ministerio de Fomento al que hace referencia el artículo 4 del Real decreto 239/2019, de 5 de abril, a la fecha de la solicitud de la ayuda.

El propietario del barco pesquero no podrá transferir la embarcación fuera de la Unión Europea, como mínimo, durante los 5 años siguientes a la fecha en que se haya hecho efectivo el pago de la ayuda al beneficiario.

Los beneficiarios deberán estar al corriente de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.

No pueden ser beneficiarios de las subvenciones las empresas y entidades solicitantes sancionadas o condenadas, en los últimos tres años, por resolución administrativa o sentencia judicial firme. Este punto tiene especial relevancia porque son muchos los pesqueros sobre los que pesa alguna sanción administrativa derivada de sus labores de pesca.



Documentación

La documentación a presentar es bastante compleja, ya que se exige un plan de empresa, análisis financieros y económicos, entre otros.

- Fotocopia del NIF, en caso de persona jurídica.
- Documento que acredite la representación con la que se firma la solicitud, si procede.
- Memoria descriptiva en la que se explique con detalles las acciones que se deben desarrollar y su duración.
- Presupuesto de las actuaciones que se pretenden desarrollar.
- Plan empresarial para desarrollar la nueva actividad (análisis de situación, objetivos, análisis financiero y económico...).
- Declaración responsable sobre el cumplimiento de parte de los requisitos establecidos.

Hay que tener en cuenta que para presentar el proyecto se requiere que Capitanía Marítima levante acta de los elementos de seguridad y habitabilidad requeridos para la práctica de la actividad de pesca-turismo en las embarcaciones incluidas en la iniciativa, si se pretende que sean subvencionables.

Por otro lado, aunque no dentro del decreto de la Junta referido a pesca-turismo y diversificación pesquera, en el Golfo de Cádiz también se han subvencionado o están en trámite acciones vinculadas al turismo y el mar, aunque no desarrolladas por personas del sector, como son la compra de embarcaciones de recreo para alquiler, visitas turísticas, pesca deportiva, o deportes náuticos (piraguas, kayak, catamarán...)

Por lo que se refiere en concreto a la actividad de pesca-turismo destaca el proyecto Mar das Illas de Galicia, impulsado por los GALP de Ría de Pontevedra, Ría de Arousa y Ría de Vigo-A Guarda, y que ha logrado que dos embarcaciones de Cangas y Sanxenxo estén realizando excursiones de pesca-turismo. La iniciativa también contemplaba diferentes actuaciones de turismo marítimo vinculadas a las mariscadoras de la Ría de Arousa.

La iniciativa prestó asesoramiento, asistencia técnica y orientaciones a los participantes para la obtención de las autorizaciones y permisos que se debían tramitar ante las diferentes administraciones implicadas, impartió cursos, creó protocolos, diseñó las actividades, elaboró una web, etc.

<https://mardasillas.com>

Otra experiencia similar podemos encontrarla en Canarias, y en concreto en la isla de La Palma, en donde el grupo ADER (Asociación de Desarrollo Rural) ha tramitado la autorización y la subvención para dos embarcaciones pesqueras. En este caso el proyecto ha sido más limitado, ya que la subvención solo ha contemplado la obtención de los permisos, la adaptación de las embarcaciones y la compra de los elementos de seguridad requeridos.

GALP Costa Occidental de Huelva (Costaluz):

- **Contacto:** Bartolomé Melguizo (gerente)
- **Teléfonos:** 959 344 238 / 691 667 965
- **Correo electrónico:** gerente@asopescaluz.com
- **Web:** <https://costaluz.islacristina.org>

GALP Litoral Cádiz-Estrecho:

- **Contacto:** María José Domínguez (gerente)
- **Teléfonos:** 661 104 522
- **Correo electrónico:** gerente@galpcadizestrecho.com
- **Web:** <https://galpcadizestrecho.com/>

GALP Comarca Noroeste de Cádiz:

- **Contacto:** José Javier Marco (director gerente)
- **Teléfonos:** 644 488 303 / 856 664 432
- **Correo electrónico:** gerente@galpcnocadiz.com
- **Web:** www.galpcnocadiz.com



11.2 FONDOS EUROPEOS A TRAVÉS DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

La Consejería con competencia en materia de pesca podrá aprobar ayudas financieras para la realización de proyectos de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero, o turismo acuícola y promoverá la realización de campañas institucionales que tengan como objetivo difundir y promocionar estas actividades, mejorar la percepción de la sociedad respecto a las actividades tradicionales y las localidades pesqueras, así como favorecer la participación de la mujer, dentro de las posibilidades presupuestarias existentes, bajo los principios de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera, según se establece en el decreto 129/2021 de 30 de marzo por el que se regula y fomenta la actividad de pesca-turismo y otras actividades de diversificación pesquera y acuícola.

Mediante Orden de la Consejería competente en materia de pesca podrán establecerse las bases reguladoras para la concesión de ayudas para el fomento de las actividades de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero y turismo acuícola, en el marco de las medidas de diversificación de la Unión Europea

El decreto de la Junta establece que las personas que pretendan desarrollar proyectos de pesca-turismo, turismo pesquero o marinero, o turismo acuícola y que necesiten con carácter previo adaptar las embarcaciones o las instalaciones a las condiciones previstas en el artículo 6 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril podrán presentar sus proyectos de ayuda al amparo de las medidas de apoyo al desarrollo sostenible de la pesca y las estrategias de desarrollo local participativo de las zonas pesqueras financiadas con los fondos europeos destinados a la pesca, convocados al efecto.

La ayuda, en principio, suele ser más limitada de la que se podría obtener a través de un proyecto de los GALP y va dirigida a subvencionar los requisitos adicionales que deben cumplir los barcos que pretendan dedicarse a la actividad de pesca-turismo y que se establecen en el Real Decreto 239/2019, y, en el caso de Andalucía, en el decreto 129/2021 de 30 de marzo por el que se regula y fomenta la actividad de pesca-turismo y otras actividades de diversificación pesquera y acuícola.

Generalmente este tipo de ayudas se limitan a subvencionar la adaptación de la embarcación y la compra de los elementos de seguridad requeridos. Los requisitos a cumplir y la documentación a presentar es similar a la expuesta anteriormente, por lo que en este caso es aconsejable contar con el asesoramiento de alguna empresa especializada. Como en el resto de las ayudas procedentes de la Unión Europea es necesario haber superado un curso de formación para poder cobrar la subvención.

La solicitud de esta ayuda hay que ponerla en marcha paralelamente a la tramitación de la autorización para pesca-turismo de Capitanía, ya que al solicitarla no se debe contar con dicho permiso; y posteriormente el cobro de la subvención está supeditado a haberlo obtenido. Todo el proceso hasta el cobro de las ayudas suele dilatarse un año.

Esta es la fórmula que ha sido utilizada mayoritariamente en Baleares, donde se han podido beneficiar una veintena de embarcaciones. Es una subvención que tiene que tramitar la Junta de Andalucía con cargo a un programa existente de fondos europeos para la diversificación pesquera. La subvención es directa al pescador o armador y es de un 80% para los barcos de artes menores y de un 50% para artes mayores.





12.

DAFO





Cuando se trata de una actividad, como la pesquera, que se afronta de una forma distinta por cada pescador, sobre todo en artes menores, cualquier generalización absoluta puede llevar a error. Por esa razón apuntaremos en el DAFO las tendencias mayoritarias que hemos detectado. El sector afronta grandes desafíos convirtiéndose las actividades de pesca-turismo, turismo mariner y acuícola en una herramienta esencial para convertir las debilidades estructurales actuales en oportunidades.



DEBILIDADES

- El 50% de los días en verano hace mal tiempo en el mar para llevar turistas en los puertos de la provincia de Cádiz.
- La mitad de la flota pesquera de artes menores no sobrepasa los 10 metros de eslora total por lo que solo pueden embarcar 2 turistas.
- Horarios de pesca en arrastre, cerco y algunas artes menores con largas jornadas u horarios nocturnos que son difíciles de compaginar con las actividades de pesca-turismo y turismo mariner en el mar.
- Elevada edad de los pescadores que hace que estén menos abiertos a emprender nuevas actividades.
- Posibles discrepancias entre los miembros de la tripulación para embarcar a turistas.
- Falta de formación para la comercialización y gestión de las actividades de pesca-turismo, turismo mariner y acuícola.
- Escasa modernización de las embarcaciones de artes menores.
- Falta de educación y sensibilidad medioambiental.
- Altos costes operativos sobre todo respecto al combustible
- Escasa presencia e integración de la mujer.
- Progresiva pérdida de las tradiciones y cultura marinera
- Insuficiente reconocimiento de la pesca como actividad profesional.
- Problemas de aparcamiento en las proximidades de algunos puertos.
- Falta de limpieza en los muelles pesqueros.
- Ausencia de servicios sanitarios para turistas en los puertos.



AMENAZAS

- Cambio climático.
- Contaminación en el medio marino y sus consecuencias medioambientales.
- Mínima gestión y sensibilización de las basuras y plásticos en el mar.
- Fenómenos meteorológicos adversos cada vez más frecuentes por el cambio climático.
- Políticas pesqueras cada vez más restrictivas sobre las capturas.
- Competencia de las embarcaciones de recreo y chárter de pesca.
- Pesca ilegal.
- El furtivismo en la recogida de coquinas en el marisqueo profesional
- Regulación insuficiente e incumplimientos normativos en la pesca recreativa.
- Exceso normativo y alto nivel de burocracia administrativa.
- La compleja tramitación de los permisos de pesca-turismo ante Capitanía, la Junta de Andalucía y otros organismos.
- La comunicación a Capitanía cada vez que se embarca a turistas y presentación de memorias anuales posteriores.
- La inversión en elementos de seguridad (chalecos y balsas) para la actividad de pesca-turismo.
- Embarcaciones que requieren pruebas de estabilidad para poder aumentar las plazas a bordo para llevar turistas.
- Falta de relevo generacional.
- Competencia de otros sectores económicos que dificultan el relevo generacional.
- Insolidaridad entre el sector
- Estancamiento de los precios de venta de pescado
- Encarecimiento del combustible.
- Las embarcaciones recreativas que cada vez ganan más espacio en los muelles a la flota pesquera.



FORTALEZAS

- Clima.
- El entorno natural.
- La gran afluencia turística.
- La apuesta de los turistas por actividades de turismo sostenible y responsable como pesca-turismo.
- El alto valor educativo que tienen experiencias como las de pesca-turismo, turismo-marinero y acuícola.
- Horarios óptimos para la actividad de pesca-turismo principalmente en artes menores.
- Unas pesquerías que contemplan todas las artes por lo que se puede cubrir la demanda de todos los segmentos turísticos.
- La existencia de modelos de éxito en otras Comunidades Autónomas que pueden servir de ejemplo a seguir.
- Importancia de la pesca en la gastronomía y el establecimiento de sinergias.
- Importantes lazos de los pescadores con la economía y la cultura de las localidades costeras.
- Alto grado de conocimiento de los pescadores sobre las tradiciones y cultura marinera, así como el del medio en el que trabajan.
- Creciente sensibilización medioambiental del sector.
- Mayoritaria presencia de barcos que se dedican a la pesca artesanal con menor impacto en las pesquerías y el medioambiente marino.
- El papel que desarrollan en los distintos territorios los Grupos de Acción Local Pesquera.
- Buena señalización de los puertos
- Alta actividad de las lonjas que permite diseñar rutas de turismo marinerero.
- Avances en la comercialización de los productos pesqueros.



OPORTUNIDADES

- Obtener unos ingresos extra sin modificar sustancialmente los hábitos de pesca gracias a las actividades de pesca-turismo y turismo marinerero.
- Mejorar la calidad de vida al obtener unos ingresos complementarios que permitirían reducir las largas jornadas en el mar.
- Compensar la caída de los ingresos por las progresivas reducciones de las capturas con los ingresos complementarios que aportan los turistas.
- Embarcar turistas permite compartir el alto gasto que suponen los combustibles, disminuyendo los costes.
- Reducir el impacto sobre los recursos pesqueros al desplazar parcialmente la actividad marinera al turismo.
- Aprovechar los fondos de diversificación del Fondo Europeo y Marítimo de Pesca para modernizar las embarcaciones y financiar las nuevas actividades de pesca-turismo, así como los fondos Next Generation EU con ayudas a la innovación pesquera, digitalización, crecimiento de la economía azul, etc.
- La predisposición de la Junta de Andalucía a impulsar el turismo en la pesca en el marco del decreto de pesca-turismo y diversificación pesquera.
- Revalorizar el precio de la embarcación al contar con el permiso de pesca-turismo.
- Alto potencial de crecimiento de actividades como pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola por una demanda turística que crece cada año por encima de los dos dígitos en este segmento concreto.
- El deseo de los turistas por buscar experiencias auténticas y vinculadas al territorio que visitan.
- Apostar por un turismo responsable y sostenible frente al turismo de masas.
- El alto valor educativo que tienen las experiencias de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola que permite atraer a los colegios y al segmento de turismo familiar a las distintas actividades.
- Los beneficios del turismo generados por las actividades de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola van directamente a la comunidad local.
- Impulsar y añadir valor a las distintas marcas asociadas a los productos pesqueros del Golfo de Cádiz.
- Sinergias y alianzas con otros sectores económicos para crear paquetes turísticos (restaurantes, hoteles...)
- Impulsar el reconocimiento de la labor profesional de los pescadores y la pesca a través de las nuevas actividades de diversificación pesquera.



- Dar a conocer y poner en valor el patrimonio cultural pesquero y medioambiental del Golfo de Cádiz.
- Impulsar el papel de la mujer en los ámbitos de pesca-turismo, turismo marinero y acuícola
- Atraer a los jóvenes con nuevas oportunidades e ingresos complementarios
- Potenciación de los Grupos de Acción Local Pesquera.
- Digitalización y modernización del sector.
- Impulsar la adaptación de las buenas prácticas en el sector.

13.

Análisis estratégico





La Estrategia de Crecimiento Azul para aprovechar el potencial de los océanos, los mares y las costas de Europa para el crecimiento y la ocupación adoptada por la Comisión Europea el año 2012 considera el turismo costero y marítimo uno de los cinco ámbitos prioritarios que pueden contribuir al desarrollo sostenible y la creación de empleo en la economía azul.

En 2014, la Comisión adopta una estrategia europea para un mayor crecimiento y ocupación en el turismo costero y marítimo con el objetivo de mejorar la sostenibilidad y la competitividad del sector. Según el último informe publicado por la Unión Europea en el marco de la economía azul, el turismo marítimo es la industria que encabeza la generación de puestos de trabajo en este ámbito.

Las acciones propuestas por la Iniciativa WestMED en el ámbito del turismo se basan fundamentalmente en el desarrollo de nuevos productos y servicios relacionados con itinerarios naturales, culturales e históricos, así como las actividades marítimo-recreativas; y en concreto la pesca-turismo, en combinación con otras actividades con atractivos terrestres como la gastronomía.

Es por ello por lo que las actividades de pesca-turismo, turismo marinerero o pesquero y acuícola se enmarcan una estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo.

13.1 GRUPOS PRIORITARIOS

Pescadores, jóvenes y mujeres son los 3 grupos prioritarios que pueden verse beneficiados de la implantación de las actividades de pesca-turismo, turismo marinerero o pesquero y acuícola en el Golfo de Cádiz.

— Pescadores:

El sector pesquero que se recoge en torno a las cofradías y asociaciones de armadores del Golfo de Cádiz. Las unidades productivas mantienen la estructura de pequeñas empresas familiares donde el propietario de los medios de producción (armador) participa directamente en el proceso productivo

— Jóvenes:

Estas nuevas actividades pretenden ser un incentivo para promocionar el relevo generacional en el sector pesquero. Uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el sector pesquero andaluz es la incorporación de nuevo personal a la actividad y el relevo generacional que pone en riesgo, si no cambia la tendencia, el futuro de la pesca en el Golfo de Cádiz. Es posible que la escasa entrada de mano de obra joven, ocasionado por la dureza del oficio, largas jornadas laborales, inestabilidad económica, etc., hace de la pesca extractiva un sector profesional poco atractivo, cambie con las iniciativas de diversificación como pesca-turismo, donde los jóvenes pueden encontrar un horizonte con ingresos extras y perspectivas de una mejora en la calidad de vida.

— Mujeres:

En el Golfo de Cádiz, apenas hay mujeres que trabajen en la pesca como tal (embarcadas), estando más vinculadas a las tareas de manipulación y comercialización. Así, en los puertos, existe mano de obra femenina que se encarga de la preparación de las capturas previa a su comercialización, labores de gestión (Cofradía), y sobre todo como pescaderas en los puntos de venta. Evidentemente el papel de la mujer en el sector de la pesca en el Golfo de Cádiz puede y debe reforzarse ahora que existe un nicho de oportunidad aún por ocupar, y que está relacionado con el emprendimiento y gestión de estas nuevas actividades.



13.2 POBLACIÓN BENEFICIARIA

La población beneficiaria en la zona de la costa comienza evidentemente por los propios pescadores profesionales, con un importante conocimiento científico y práctico sobre la gestión de los recursos, y capacitado al mismo tiempo para dirigir el trabajo a bordo con la eventual participación de los turistas.

La actividad persigue la implantación y desarrollo de actividades turísticas como complemento de la pesca tradicional, ofreciendo una alternativa económica y de ocupación para las poblaciones dependientes de la pesca.

La consecuencia en el ámbito local es que cualquier territorio dispone de recursos potencialmente interesantes para ofrecer y por otra parte que estos recursos locales son por definición endógenos. De esta forma es coherente la estructuración de una oferta turística local que actúe a medio plazo como un importante factor de desarrollo.

El desafío a medio plazo radica en la atracción de turistas aprovechando las oportunidades generadas por el crecimiento del turismo alternativo (turismo rural, cultural, activo, de aventura, solidario, ecoturismo, etc.), presentando la cultura y las formas de vida de los pescadores y de sus familias, ligadas a la pesca y al mar, como núcleo de motivación para esta demanda.

Todo ello abre un amplio abanico para otros colectivos con un evidente impacto, ya en el medio plazo, sobre el desarrollo local:

Las cofradías de pescadores y los GALP pueden actuar como un motor en la gestión y administración de este nuevo foco de actividad.

Los responsables profesionales del alojamiento pueden ofrecer un ambiente y contexto arquitectónico y cultural diferenciado del resto de la hostelería tradicional del litoral.

Los responsables de la restauración tienen la oportunidad de crear y potenciar una oferta gastronómica de calidad diferenciada de la restauración masificada habitual en la costa.

Ante un mercado emisor secundario de turistas ya desplazados al litoral, la oferta de turismo pesquero supondría en primer lugar una relevante combinación complementaria para los segmentos de demanda que buscan productos turísticos singularizados, que se inclinan por la participación activa y están interesados en las manifestaciones culturales de las comunidades sociales del destino y por la naturaleza.

Considerando las motivaciones de la demanda, podría afirmarse que la oferta de turismo pesquero presenta a corto plazo un papel secundario dentro del producto global «turismo en destino litoral». Aunque a medio plazo su estrategia se orienta a conseguir una imagen singular, con atractivo suficiente para motivar por sí mismo un desplazamiento de ciertos segmentos de demanda diferenciados e interesados o no, también por la playa.

La actividad pesquera se complementa con unas experiencias que pueden desarrollarse durante todo el año, con un turismo de calidad que abandona la idea del Golfo de Cádiz como un destino mayoritariamente de sol y playa, tal y como ha pasado y está ampliamente valorado con el turismo rural.

Los efectos económicos y en el desarrollo local están claros, ya que, con todo, el carácter innovador de esta oferta y su actual posicionamiento complementario en combinación con el turismo de litoral, lo convierten en un interesante instrumento de desarrollo local para las comunidades costeras, escasamente partícipes de los beneficios del turismo de playa.

Hay que tener en cuenta que este nuevo producto turístico requiere modificar el modelo organizativo de las actividades, ampliando gradualmente la oferta hacia una forma de cooperación empresarial, con al menos tres actores principales, que serían: los pescadores profesionales, los hoteleros y los restaurantes. Todo esto con un evidente impacto ya en el medio plazo sobre el desarrollo local.

En cuanto a las cuestiones sociales, debemos recordar que la oferta de turismo pesquero no es considerada como una actividad económica más, sino como un conjunto de actividades que utilizan un cierto número de recursos naturales y culturales, constituyendo una práctica social que por sus especiales mecanismos de relación afecta a un territorio y a dos comunidades sociales: la que se desplaza (los turistas), definida por unas características culturales concretas, y la que habita en ese territorio, definida igualmente por otros rasgos culturales que pueden ser absolutamente distintas a los de los primeros, lo que incrementa el atractivo y/o la motivación para el desplazamiento.



La teoría de la madurez de los destinos turísticos defiende que en las primeras etapas del desarrollo de la actividad, la población local suele acoger bien a los turistas por las expectativas positivas que comporta (creación de empleo, mayores ingresos, desarrollo local), pero a medida que la rivalidad por los recursos locales se agrava, los residentes van reduciendo el entusiasmo inicial, llegando incluso al rechazo, sobre todo en aquellos destinos donde domina el turismo de masas, y donde se acaban formando guetos, en los que los turistas reciben un trato especial y mantienen sus costumbres, sin existir integración alguna.

En el caso del turismo pesquero, sin embargo, el efecto buscado desde las directrices de la UE es justamente un cambio en la valoración social de la pesca, derivada de las experiencias positivas de los turistas y, más concretamente, una mayor identificación de las comunidades costeras con su cultura, que consiga reducir el abandono de jóvenes y el riesgo de ruptura generacional en las actividades pesqueras.

Se estima que una forma de identidad territorial puede convertirse en un recurso y nueva oportunidad de desarrollo local.



13.3 IMPACTO SOBRE LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA Y DEL BIENESTAR SOCIAL

El impacto de la actividad de pesca-turismo, turismo marineru y acuícola sobre la calidad de vida del pescador y su familia es evidente cuando tomamos conciencia de que al diversificar la actividad el pescador tiene por un lado menos presión horaria (hace menos horas sacando un buen rendimiento económico de su jornada) y adopta un rol valorado socialmente como motor económico y turístico de la zona. Se convierte en un transmisor del patrimonio inmaterial de la costa y el mundo pesquero.

La fuga de los jóvenes hacia empleos en servicios turísticos pensados para el turismo de masas se frenará ante la posibilidad ya en el presente de relevar a sus padres en una profesión hasta ahora difícil de valorar. Las oportunidades para ellos se abren paso.

13.4 IMPACTO AMBIENTAL

El concepto de impacto ambiental del turismo suele relacionarse con las repercusiones de las actividades turísticas en el medio natural, con especial referencia a la capacidad de carga física en un destino. La definición mayoritariamente aceptada sobre el impacto ambiental es el mayor número de personas que pueden utilizar un emplazamiento sin provocar una alteración irreversible en el entorno natural y sin un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes. Esta definición ampliamente aceptada no está exenta de problemas, puesto que la capacidad es un límite impreciso que depende fundamentalmente del perfil sociológico de los visitantes y del modelo de turismo que demandan/producen.

Dado el carácter diversificador de las actividades que contempla el turismo pesquero no sería tan relevante aquí el concepto de capacidad de carga, como la necesidad de que los lugares visitados mantengan una buena calidad ambiental y que la conservación de los recursos siempre permita al turista observar y participar en la actividad pesquera. Esto afecta directamente al concepto de buenas prácticas en la pesca y, colateralmente, al valor que los profesionales deben dar a su trabajo.

Las buenas prácticas en la pesca garantizan la existencia de recursos, lo que asegura satisfacer la motivación principal de los turistas a participar de la pesca.

La creación de espacios comunes de pesca y observación de la naturaleza implica un cambio de modelo con la innovación y nuevos usos de los recursos

Los itinerarios y visitas en barco por el litoral obligan a una conciencia ambiental estricta. Unas aguas sucias no son atractivas para el turista.

La pesca sostenible podría definirse como aquella que puede 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, la sostenibilidad puede 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.



La custodia o tutela es una herramienta para conseguir que la explotación pesquera 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, el agente clave es el pescador profesional, que cuenta con la legitimidad para trabajar y vivir del mar y es quien se convierte en gestor directo. La custodia nos permite distinguir a aquellos pescadores que asumen su parte de responsabilidad en la salvaguarda de los recursos que les dan trabajo y que son patrimonio común, en detrimento de aquellos pescadores que emplean "malas artes".

La oferta de turismo pesquero actualmente es muy poco conocida, aunque muestra atractivos suficientes para motivar que en un futuro el turista se desplace a un territorio en busca de estas experiencias.

Para conseguir este objetivo, el factor innovación resulta fundamental, implicando una redefinición de los recursos (la mar), insertando nuevos elementos y una nueva imagen para situarse de forma competitiva en el escenario ya conocido del litoral.

Al mismo tiempo y en paralelo, la diferenciación debe ir unida a un esfuerzo de calidad, a fin de que la imagen transmitida suponga en el turista una percepción de producto singular, caracterizado por otra forma de usar los recursos y que centre su atención en la participación activa y en una doble presentación de la sostenibilidad, referida a la naturaleza y la cultura autóctona.

El perfil del turista cliente de las actividades de pesca-turismo, turismo marino y acuícola:

- Prefiere un turismo individualizado y no estandarizado y rígido
- Muestra interés por la tranquilidad y el contacto con la naturaleza y la cultura de las comunidades sociales del destino.
- Busca actividades participativas
- Valora los elementos de calidad de las ofertas

También el perfil del pescador profesional que sale a faenar con turistas hace un cambio frente a su nuevo papel de dinamizador de estas experiencias:

- Reducción de descartes.
- Evitar la pesca de juveniles.
- Aumento de los recursos pesqueros.
- Reducción de la presión sobre especies sobreexplotadas.
- Reducción del impacto sobre el fondo marino.
- Protección de hábitats.
- Conservación del ecosistema.
- Reducción del esfuerzo pesquero.
- Mejor control del cumplimiento de la normativa.
- Gestión sostenible del medio marino.
- Promoción del patrimonio histórico y paisajístico.

El incremento de las actividades turísticas y el uso de los recursos ha generado en su entorno un importante debate respecto a su evolución dentro del concepto de sostenibilidad. Ya no se considera al turista óptimo por sí mismo, y se deben analizar las situaciones y contextos en los que se mueve para diagnosticar los beneficios o pérdidas que supone el consumo de servicios turísticos.

En algunos casos se tiende a realzar las ganancias económicas y sociales desde lo positivo de la creación de empleo, a cambio de un pequeño e inevitable deterioro de los recursos (negativo para la comunidad, pero con coste cero para los empresarios).

Pero se pueden realizar procesos similares de desarrollo que provocan impactos distintos según el contexto en el que se desarrollen.

En el caso del turismo pesquero es necesario, además, tener en cuenta el triple objetivo que persigue y que le diferencia singularmente de otros productos en el ámbito litoral. El diseño de esta oferta debe satisfacer las expectativas y motivaciones del turista, pero al mismo tiempo y de acuerdo con las directrices de la UE, debe contribuir a la conservación de los recursos y modificar en el corto plazo, el comportamiento de los pescadores, introduciendo buenas prácticas en la pesca, y como es lógico, incrementando los ingresos y el nivel de vida de las comunidades costeras.



Es necesario evolucionar desde la idea de “pescar más” hacia la idea de “pescar mejor”, valorando el producto pesquero, mostrando el esfuerzo que comporta esta actividad, conservando y difundiendo la cultura, las tradiciones y las costumbres pesqueras, haciendo, en definitiva, partícipe a la población en general de la necesidad de conservar los ecosistemas marinos y costeros.

Una de las actividades de diversificación del sector que más puede ayudar a la consecución de este objetivo es la pesca-turismo, el turismo marítimo y acuícola. Se suele decir que sólo se valora lo que se conoce, y no hay mejor manera de conocer una actividad que acercándose a ella personalmente, visitando puertos, lonjas y cofradías, descubriendo de primera mano cómo se preparan las artes y los barcos, aprendiendo cómo se diferencia el pescado de calidad, observando cómo se comercializa, etc.

Con estas nuevas actividades se busca compatibilizar el modelo de desarrollo de las poblaciones, la conservación del territorio y sus ecosistemas con su explotación turística.

Desde esta perspectiva, el turismo pesquero puede consolidarse como una herramienta de ordenación del territorio, de desarrollo para las economías locales, de promoción social de los habitantes, de aprecio a los productos locales y de protección del patrimonio cultural y natural, dotando a los pescadores de la posibilidad de organizar, gestionar y participar en las actividades turístico-pesqueras a partir de los conocimientos adquiridos a través de la experiencia en la pesca.

La eco-eficiencia es la capacidad de gestión de una entidad para satisfacer simultáneamente los logros de coste, calidad y rendimiento. Su objetivo es reducir los impactos ambientales y conservar los recursos valiosos, por lo que son necesarios procesos y productos más limpios y la utilización sostenible de los recursos.



Para conseguir la ecoeficiencia es necesario invertir en innovación. Como ejemplo de ecoeficiencia, podemos destacar la potencialidad de la sociedad de la información en beneficio del medio ambiente en los campos de la desmaterialización, el transporte, la producción y la construcción. La desmaterialización es la oportunidad de convertir un producto físico en un servicio.

El uso de Internet reduce el impacto de creación de puntos de venta en cada puerto, el establecimiento de unos horarios de atención al cliente (el cliente puede acceder a cualquier hora para realizar sus reservas), la impresión de folletos (la publicidad se hace por redes sociales), también se comunican posibles incidencias por WhatsApp, la comunicación con los clientes y/o el pescador es inmediata.



13.5 IMPACTO SOBRE EL APROVECHAMIENTO Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO MARÍTIMO Y PESQUERO

El patrimonio marítimo y pesquero no se limita a los elementos materiales, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes: 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 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.

paradójicamente, en un entorno en el que se pretende visibilizar la cultura del mar, uno de los resultados de este marco estructural es la pérdida de vigor de las prácticas culturales invocadas, las de los pescadores, ante la emergencia de las nuevas actividades.

Estas nuevas actividades consiguen incrementar el desarrollo económico del sector pesquero y de las zonas pesqueras dado que pone en valor y acerca al consumidor el trabajo del pescador y le da a conocer la importancia de la pesca selectiva que realiza y la clave de un consumo responsable por mantener tanto la sostenibilidad de nuestros mares como la economía en el sector.

En definitiva, poner en valor el patrimonio inmaterial de una cultura en vías de extinción, desde las artes de pesca artesanales, a las recetas de cocina tradicionales ligadas al mundo del mar y a los productos que nos ofrece, pasando por la observación del medio natural



En el contexto de las transformaciones de las economías pesqueras y marítimas de los últimos años, se asiste a una reformulación de la funcionalidad de los espacios marítimos para promover una economía de servicios, de carácter postproductivista.

Una de las estrategias a seguir es el impulso de iniciativas en defensa del patrimonio en los entornos litorales y portuarios: las economías marítimas deben potenciar nuevas actividades, en relación a la intensificación del turismo y las experiencias culturales.

En ese mismo contexto, la pesca afronta una dinámica de crisis estructural, en términos ecológicos, socioeconómicos y políticos. Por tanto,

donde se desarrolla, los trabajos de mantenimiento de las barcas y redes, etc.

Existe un desconocimiento de los consumidores sobre técnicas de pesca, especies en peligro, tallas mínimas y consumo responsable de pescado. Este tipo de concienciación es útil para poner en valor especies con menor presión pesquera, métodos de pesca respetuosos con el medio ambiente y colaborar en la promoción de aquellos pescadores comprometidos con la conservación del mar.



13.6 ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL TERRITORIO

El mundo de la pesca ni está ni ha estado especialmente abierto a otras actividades distintas a los trabajos tradicionales. Sin embargo, la difícil situación que atraviesa el sector pesquero otorga una especial idoneidad a estas nuevas actividades, como garantía de ingresos complementarios para éste. Se ha constatado la buena disponibilidad mostrada por significativos agentes del sector de la pesca para la vinculación entre pesca y turismo sostenible.

La acogida inicial de estas nuevas experiencias por las diferentes instituciones públicas andaluzas ha sido muy favorable, aunque se detecta la necesidad de un plan de acción común que permita unir recursos y reducir obstáculos para el óptimo desarrollo de un turismo vinculado a la pesca.

Aunque el perfil predominante entre los turistas es el estacional de sol y playa, existen otros que podrían ser importantes demandantes del turismo vinculado a la pesca, como el turismo cultural y el de deportes náuticos, caracterizados por su menor estacionalidad.

Pese a la gran disponibilidad de recursos con los que cuenta el mar y los puertos de pesca, en términos de cultura, tradiciones, historia y características medioambientales, en la actualidad no existen paquetes turísticos relacionados con el sector de la pesca debidamente organizados. Únicamente se desarrollan de forma individualizada y dispersa algunas actividades náuticas y de oferta complementaria asociada.

13.7 MEJORA DE CONOCIMIENTOS TIC

La correcta introducción de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información en los ámbitos sociales, institucionales, económicos y culturales de un país o región, proporcionando ventajas competitivas.

Las TIC provocan una mejora y optimización de los procesos y actividades en las que se aplican, de modo que ayudan al desarrollo. Si analizamos los informes sobre el Índice de Desarrollo Humano (IDH), observaremos una correlación entre el IDH y el despliegue de las TIC en un país. La capacidad de

acceso a las TIC comienza a ser un indicador muy esmerado del nivel de desarrollo de un país o región.

Pero las TIC no sólo pueden ayudar al desarrollo de un país o región, sino que, al reducir y optimizar los recursos necesarios para desarrollar productos, pueden reducir el impacto en el medio ambiente o en la sociedad, y contribuir por tanto al desarrollo sostenible.

El acceso a las TIC estimula la creación de redes económicas y sociales de individuos y comunidades. Estas redes conectan grupos sociales diversos y permiten que canjeen información y conocimiento crucial para su desarrollo socioeconómico. Los comerciantes y los empresarios se benefician de las TIC con las oportunidades creadas promoviendo sus negocios a nivel nacional, regional y global, y optimizando los procesos productivos.

El proceso de comercialización de las actividades de pesca-turismo, turismo mariner y acuícola se enmarca en estas estrategias, puesto que su diseño y desarrollo está totalmente alineados con estos objetivos.





13.8 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA UNIÓN EUROPEA

Un objetivo prioritario de la Política Pesquera Comunitaria ha sido, y probablemente será en los próximos años, consolidar y mejorar el empleo, la cohesión territorial y la calidad de vida de las comunidades costeras dependientes de la pesca.

La diversificación de las economías locales, en particular hacia otros sectores de la economía marítima, propiciará nuevos puestos de trabajo y oportunidades de crecimiento en las zonas costeras.

Con las medidas previstas en el nuevo fondo financiero FEMPA se fomentarán la cohesión social y la creación de empleo en toda la cadena de valor del sector pesquero, confiriendo mayor valor a la pesca y diversificando sus actividades hacia otros sectores de la economía azul.



Factores socio-laborales como los horarios, el hábitat, el sistema de remuneración, los armadores, las cofradías, los pensionistas, jubilados y viudas, los riesgos laborales y condiciones de trabajo, el nivel de formación, entre otros, son aspectos que hacen singular al sector pesquero y sobre los que existe un margen de avance y mejora importante, sobre todo de cara a su adaptación a los nuevos tiempos.

De las estrategias vinculadas al desarrollo de la pesca a nivel europeo se extrae que en los próximos años se apostará por las flotas costeras de pesca artesanal, que representan una fuente significativa de empleo en las comunidades costeras y se reforzará el planteamiento participativo con la intención del desarrollo sostenible de las zonas pesqueras.

Además, se promoverá el capital humano e impulsará la diversificación ofreciendo a las comunidades locales la oportunidad de calificarse para acometer nuevas actividades emergentes en otros sectores marítimos. Este enfoque también se basará en el patrimonio natural y cultural, que se convertirá en una baza importante para el desarrollo local.

El "apoyo a la diversificación" de forma general, pretende mejorar los vínculos entre la industria pesquera y los demás sectores económicos, más que aquellos de la cadena de suministro de la propia industria.

Tanto el reglamento del FEP como los FLAG (Fisheries Local Action Group) tienden a abordar el tema de la diversificación de ciertas maneras bien determinadas, por lo general comenzando por actividades estrechamente vinculadas a la industria pesquera para, posteriormente, expandirlas.

Por ejemplo, muchas estrategias locales se centran en el turismo como medio de "reestructurar y reorientar" determinadas actividades económicas, como restaurantes, mercados, tiendas y actividades de ocio a nivel local, que pueden complementar y ejercer un efecto de difusión considerable en la industria pesquera local.

En los últimos 30 años se ha dado una continuada mejora de la tecnología de la pesca tanto en lo que se refiere a los materiales construcción de las embarcaciones, al motor y a los elementos de situación, navegación y comunicación, así como a los mismos equipos de pesca. El sector pesquero del Golfo de Cádiz no se ha mantenido al margen de esta evolución tecnológica y desde mediados de los 90 ha ido modernizando y/o renovando parte de su flota mediante las subvenciones provenientes de la política pesquera comunitaria.

Esta política encaminada a reducir el esfuerzo pesquero y dimensionar la flota al potencial que tienen los recursos en poder renovarse no ha tenido,



aparentemente, los efectos deseados. Aunque se haya reducido la flota, la capacidad pesquera de los barcos sigue incrementándose debido al continuo desarrollo tecnológico y a las mejoras en equipamiento que se incorporan a las embarcaciones ya existentes, dando lugar a una divergencia entre los medios utilizados para capturar el recurso y los medios necesarios para que esta tarea se realice de forma óptima.

El desequilibrio entre esta capacidad pesquera y la capacidad de los recursos pesqueros para renovarse supone un uso no eficiente de los recursos naturales y del capital y medios productivos, incrementando los costes y reduciendo los ingresos.

De todos estos efectos se pueden derivar consecuencias socioeconómicas negativas. Cada vez se llama más la atención en la necesidad de crear medidas de gestión eficaces que tengan en cuenta el potencial pesquero de los ecosistemas y que integren una flota moderna y bien dimensionada en relación con los límites del recurso y el mercado que abastece.

Los datos o estadísticas oficiales señalan que, aunque las capturas se han ido incrementando levemente en los últimos años, sin embargo, la flota y sobre todo el empleo desciende anualmente y cada vez es más complicado hacer económicamente viable la actividad, que obliga a innovar para que la flota y el sector pueda mantener su actividad.

Pese a ser una actividad rentable, en el Golfo de Cádiz la pesca sufre un proceso constante de erosión por la pérdida de unidades, debido al envejecimiento por la no incorporación de jóvenes, la comercialización mejorable de las capturas y la degradación progresiva de las pesquerías, unidos al cambio climático o factores derivados del mismo como el alga invasora. Un botón de muestra del perjuicio provocado es que más de 450 barcos de Andalucía han solicitado ayudas por los daños causados por el alga invasora, sin contar las pérdidas económicas que ha generado por la reducción de las capturas.

Por otro lado, la demanda turística ha sufrido grandes cambios en la última década, además del sol y playa, destino tradicional del turismo de masas, va apareciendo un turismo interesado en conocer otras realidades, en dedicar una parte de su tiempo de ocio a aprender y experimentar nuevas sensaciones en relación con la naturaleza, la tradición, la cultura, los oficios, etc.

Estas precisiones son importantes para el turismo pesquero, puesto que su oferta se situará geográficamente en el entorno litoral, donde existe ya

un producto (sol y playa) y una demanda turística muy bien definida que además configuraran tradicionalmente el concepto de turismo en el Golfo de Cádiz.

De ahí el doble desafío que constituye el diseño de esta nueva tipología, que debe resultar interesante para los turistas que ya han decidido pasar su tiempo de vacaciones en la playa y que, al mismo tiempo, debe preservar unos recursos y una cultura especialmente sensibles.

El debate en este momento aparece centrado en la elección de un modelo de oferta diferenciado en los destinos de litoral, que deben asumir el impacto del turismo en la economía local, reconfigurando la estructura tradicional de la actividad pesquera, pero al mismo tiempo, esforzándose en preservar su identidad social y cultural como un valor fundamental.

Por todo ello, estas nuevas experiencias de turismo pesquero responden y se alinean con los objetivos estratégicos de la Unión Europea:

Objetivo estratégico 5

Fomentar la diversificación económica de la zona impulsando y potenciando nuevas actividades como vector dinamizador del tejido productivo y vertebrador del territorio costero.

Objetivo 5.1

Impulsar la diversificación del sector pesquero hacia las actividades turísticas de restauración y gastronómicas.

Línea de actuación 5.1.1

Diseño y desarrollo de proyectos de diversificación (pesca-turismo, entre otros), buscando la generación de empleo y la desestacionalización de actividades.

14.

Formación





El diseño y contenidos de los diferentes bloques referidos a la formación sobre las actividades de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola en este plan de viabilidad han seguido las líneas y los conceptos básicos establecidos para la certificación de cualificación profesional (FP) de estas experiencias, que ha elaborado el Instituto Nacional de Cualificaciones Profesionales (Incuál), y está publicado en el BOE (Real Decreto 884/2022 de 18 de octubre).

La formación se dividiría en los bloques siguientes:

Turismo marinerero en tierra.

Pesca-turismo en embarcaciones.

Contribuir a las operaciones de cubierta en una embarcación pesquera.

Venta de productos y/o servicios a través de los canales de comercialización.

Primeros auxilios.

Actuar en emergencias marítimas.

Atención al turista en lengua inglesa.

El objetivo de la formación es prestar servicios de pesca-turismo, turismo marinerero y acuícola sostenibles del ámbito específico de actuación, a turistas, de manera que aprendan, mediante la participación activa en la experiencia, a fomentar una actitud responsable, apreciando el entorno y preservando el bienestar de la comunidad local y sus ecosistemas. Además, se promoverá que se sensibilicen con las culturas tradicionales de la zona, así como prestarles servicios de acompañamiento y asistencia, utilizando, en caso necesario, una segunda lengua, de modo que se sientan atendidos, se satisfagan las expectativas de información y de disfrute lúdico y se cumplan los objetivos de la entidad organizadora del servicio referidos a la normativa de protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y a los estándares de calidad.

14.1 TURISMO MARINERO EN TIERRA

14.1.1 DEFINIR ITINERARIOS, RUTAS, VISITAS O PRODUCTOS DE TURISMO MARINERO EN TIERRA

- Los componentes de la oferta de turismo marinerero en tierra y el marco de actuación se identifican, especialmente, en lo relativo a:

Los recursos naturales, la política ambiental de los espacios naturales y de su entorno y la fragilidad del medio.

Los posibles impactos de los turistas sobre el medio y la capacidad de acogida ecológica y psicosocial.

Las nuevas demandas de los turistas.

La infraestructura de los puertos, accesos, abastecimientos, transportes, señalización, embarcaciones, etc.

Adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.



- Los itinerarios de turismo marinerero en tierra, observación de artes de pesca y sus características y/o de instalaciones acuícolas se definen mediante:

La concreción del ámbito territorial y temporal del itinerario.
La identificación y consulta de las fuentes de información turística.
La viabilidad reconocida por Administraciones con independencia de su ámbito territorial.
La programación de los servicios y actividades.
La justificación de la viabilidad del itinerario.

La información recogida se analiza para evaluar las posibilidades de nuevos itinerarios, rutas, visitas o productos de turismo marinerero en tierra, según la oferta turística demandada por la entidad organizadora, tendencias del mercado o política de gestión de los espacios marinos naturales, estimando su viabilidad comercial, técnica, financiera y, en su caso, ambiental.

Los itinerarios, rutas o productos de turismo marinerero en tierra diseñados en el marco de espacios naturales se adaptan a los objetivos divulgativos y lúdicos de la visita, maximizando el aprovechamiento interpretativo de los recursos naturales que mejor asegure y contribuya a su sostenibilidad, para divulgar los valores de dichos espacios y de sus políticas de protección ambiental.

El grado de adaptación de los servicios previstos a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, y a las características del entorno se analiza, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar el itinerario, ruta, visita o productos diseñado por la entidad organizadora.

14.1.2 ACOGER A TURISTAS QUE VAN A SER OBJETO DE DISFRUTE DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS DE TURISMO MARINERO EN TIERRA

- Recibimiento de los turistas (cordialidad y puntualidad).

Se corrobora el programa de la actividad de turismo marinerero en tierra contratada, explicando informaciones en lo concerniente a:

Itinerario.
Horarios.
Observación de embarcaciones.
Especies susceptibles de pesca.
Puestos de venta.
Protocolos de recogida de residuos.
Normativa aplicable de seguridad en el puerto y/o lonja.
Climatología.
Equipo de protección individual (EPI), botiquín, protección solar, entre otros.
Adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.
Instalaciones de acuicultura.
La oferta de turismo marinerero: instalaciones de lonja, tradiciones, historia, entre otras.



- La información sobre medidas de seguridad y control a cumplir durante la actividad por el puerto y entorno se entrega por escrito, utilizando los medios para conseguir una buena comprensión en la comunicación, de forma que la preservación del medio, y la integridad de los turistas queden garantizadas. La información relativa a posicionamiento de los turistas en el puerto, lonja y/o espacios de desarrollo de la actividad, se transmite, indicando protocolos de actuación y comportamientos ante una emergencia, de manera que la seguridad y disfrute lúdico quede cumplida.
- Se revisa la indumentaria y nivel de protección de los turistas ante la climatología pronosticada, suministrando material si fuera necesario, como calzado apropiado, ropa impermeable, entre otros, de forma que el disfrute de la actividad cumpla con los estándares de seguridad.
- El pago de la actividad se comprueba, según características y formas de pago del servicio ofertado con el fin de que el objetivo comercial y conformidad de los turistas queden satisfechos.

14.1.3 FACILITAR INFORMACIÓN A LOS TURISTAS SOBRE LAS ACTIVIDADES EN PUERTO, LONJA E INSTALACIONES ACUÍCOLAS

- Los protocolos de posicionamiento de los turistas se van comprobando a lo largo de las visitas.
- La muestra en espacios de interpretación como museos, cofradías, puertos y/o lonjas, de artes de pesca como redes, palangre, atún, entre otros se divulga, comprobando la posición de los turistas en la observación de la misma, y la transmisión de la importancia en la devolución al mar de capturas que por su tamaño o prohibición de captura incumplan la normativa aplicable, de forma que quede satisfecho el disfrute lúdico y la protección medioambiental del territorio.
- Las técnicas, crianza de especies acuáticas vegetales y animales, extracción, entre otros en instalaciones acuícolas se transmiten, informando a los turistas, para garantizar que los objetivos de divulgación de protección medioambiental, y disfrute lúdico, queden asegurados.
- Las actividades alternativas como reparación de redes, observación de llegada de embarcaciones, descarga de pescado y transporte a lonja, vedas, especies prohibidas, extracción o alimentación de peces en instalaciones acuícolas, toma de fotografías y/o videos, entre otras, se transmiten, comprobando que cumplen la normativa aplicable de seguridad para garantizar el respeto e integridad del medio y el objetivo lúdico de los turistas.
- La información de selección del pescado y otros organismos marinos como algas, mariscos, entre otros, según el arte de pesca utilizado y/o de la instalación acuícola visitada se transmite, invitando a los turistas a participar en la misma, de manera que el respeto al medio marino según la normativa aplicable quede asimilada.



14.1.4 DESARROLLAR ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN EN COSTUMBRES MARINERAS

- El nivel de conocimiento de las costumbres marineras, pesquería, especies marinas, entre otros, que va a ser objeto de disfrute lúdico, así como las aptitudes de cada turista se evalúa, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora y, en su caso, apoyada con material gráfico como fichas de especies, mapas de la zona, entre otros.
- La cultura marinera objeto de disfrute lúdico se da a conocer, ajustando expectativas de manera que los turistas puedan asimilar conocimientos de:

Entorno natural: historia pesquera y acuícola de la localidad.
Costumbres de los pescadores y acuicultores: fiestas vinculadas al mundo del mar.
Reservas marinas y zonas protegidas.
Especies cultivadas.
Organismos vivos pescados.
Métodos de cultivo.
Usos culinarios.
Mamíferos marinos: ballenas, delfines y focas, entre otros.
Aves acuáticas (ánades, somormujo y garzas, entre otras).

- Las actividades alternativas de inmersión en la cultura marinera, como participación en la limpieza del pescado, mantenimiento de las instalaciones acuícolas, reparación de redes, entre otras, se ofrecen, comprobando las situaciones en su caso, de intolerancias y/o alergias, de manera empática y motivadora para garantizar la seguridad y transmisión de los valores de protección al medio local.
- Las actividades alternativas de participación en elaboración de platos, en espacios adaptados para ello como restaurantes, cofradías, entre otros, se ofrecen, coordinando con ellos funciones, para que la experiencia resulte lúdica y la información de propiedades del producto, recetas tradicionales, cultura gastronómica de la zona entre otras, quede transmitida.
- Los productos locales, en espacios adaptados para ello como restaurantes, cofradías, entre otros, se degustan, incluyendo en su caso especies capturadas o extraídas en el propio puerto, de forma que los turistas, en su caso, estén atendidos en caso de situaciones de intolerancias y/o alergias, para el disfrute y conocimiento de alimentos del territorio.
- Las subastas, como actividad alternativa durante la visita en lonja o el punto de venta de la cofradía, se muestran, de forma que los turistas observen la importancia de la actividad para la economía local y el disfrute de la experiencia lúdica quede satisfecho.
- Los espacios alternativos como barrio mariner, museos, centro de interpretación, cofradías, entre otros, se visitan, transmitiendo los valores culturales de la localidad para que la importancia de la preservación del medio quede transmitida.



En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Turismo marinerero como recurso informativo y turístico

Análisis del entorno en el que se enmarca el turismo marinerero.

Recopilación de información de interés sobre los recursos: acuicultura, área lonja, área portuaria, cultura y tradición marinera en la zona, paisaje, clima, recursos turísticos y monumentales.

Análisis de los recursos de la zona: accesibilidad, comunicaciones, instalaciones, recorridos, elaboraciones, entre otros.

Identificación de la cultura y valores de la zona para trasladarlos a las actividades de turismo marinerero.

Identificación de tendencias en turismo marinerero.

Artes de pesca en la visita de turismo marinerero: arrastre, cerco, redes de tiro, palangre de superficie, palangre de fondo, almadraba, pesca de túnidos con cañas o líneas de mano, curricán, nasas o jaulas, alcatruces, rastillos, dragas, angazos, rastros, o poteras, rascos, volanta y, trasmallo.

Restricciones: vedas, tallas mínimas, descartes, épocas de pesca, paradas biológicas, especies protegidas, áreas protegidas.

2. Diseño del catálogo de productos y actividades de turismo marinerero

Análisis del perfil de la demanda de turismo marinerero.

Categorización de productos y servicios en un catálogo o portafolio.

Identificación de los elementos y recursos internos y externos en el desarrollo de una actividad de turismo marinerero.

Plasmación de recursos y elementos para desarrollar una experiencia de turismo marinerero en una ficha de actividad.

Determinación del precio de actividades.

3. Tipología y características de la actividad de asistencia, acompañamiento y marinerero-guía de turismo marinerero

Acompañante, marinerero, patrón, tripulación

Definición, modalidades, funciones y perfil profesional.

Turismo marinerero: definición, implicación, evolución, claves, modalidad de actividades.

El marinerero-guía de turismo marinerero: definición, modalidades según su ámbito de actuación, funciones, actitudes, aptitudes y perfil profesional.

Regulación de la actividad profesional: identificación e interpretación de la normativa vinculada a la actividad.

4. Técnicas de comunicación, interpretación y habilidades sociales aplicadas a la actividad de acompañamiento y marinerero-guía de turismo marinerero

Presentación al grupo/cliente.

Salidas en medios de transporte.

Coordinación de los servicios.

Relaciones con la agencia, operador turístico u organizador de la visita, ruta o itinerario.

Métodos para organizar el tiempo y controlar al grupo.

Revisión y actualización de información relacionada con itinerarios de turismo marinerero. Adaptación de la información a perfiles de turistas.

Interpretación de la meteorología.

Definición, elementos y tipos de comunicación.

Etapas del proceso.

Retroalimentación.

Dificultades y barreras en la comunicación.

Comunicación verbal y no verbal en público.

La comunicación como generadora de comportamientos.

La interpretación del patrimonio como metodología de comunicación para el marinerero-guía de turismo marinerero.



Comunicación clara de la ubicación del elemento a observar.

Aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos.

Problemas más frecuentes.

Adaptación del mensaje según el perfil del receptor: distintos enfoques y contenidos.

Protocolo y normas de comportamiento.

Herramientas de comunicación para la fidelización del cliente, el control de la calidad y la evaluación del servicio.

Contacto postventa y encuestas de satisfacción.

Uso de redes sociales y canales de comercialización.

5. La evaluación de la actividad de turismo mariner

Documentación de protección de datos de acuerdo con los protocolos de privacidad de la empresa.

Técnicas de evaluación utilizando encuestas de calidad y herramientas externas.

Acciones de comunicación y de servicios complementarios, como actividades en lonja, entre otros.

Redacción de memorias de evaluación en base a técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de la información obtenida.

Acciones de fidelización del turista.

Análisis cualitativo y cuantitativo de las encuestas.

Adaptar los modelos y sistemas de recogida de datos que afectan al cliente durante la experiencia de turismo mariner para adaptarlos a la normativa aplicable de Protección de Datos.

14.2 PESCA-TURISMO EN EMBARCACIONES

14.2.1 DESARROLLAR ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN EN COSTUMBRES MARINERAS PARA SU COMERCIALIZACIÓN

- Los componentes de la oferta de pesca-turismo y el marco de actuación se identifican, especialmente, en lo relativo a:

La zona de pesca, peces susceptibles de captura, características de las artes pesqueras o de la instalación de acuicultura.

Los recursos naturales, sus características, la política ambiental de los espacios naturales y de su entorno y la fragilidad del medio.

Los posibles impactos de los turistas sobre el medio y la capacidad de acogida ecológica y psicosocial.

Las nuevas demandas de los turistas.

La infraestructura, como accesos, abastecimientos, transportes, señalización, embarcaciones, entre otros.

- Los componentes de la oferta de pesca-turismo y el marco de actuación se identifican, especialmente, en lo relativo a:

La concreción del ámbito territorial y temporal del itinerario.

La identificación y consulta de las fuentes de información turística.

La viabilidad reconocida por la autoridad pesquera/marítima.

La coordinación con la tripulación.

La programación de los servicios y actividades.

La justificación de la viabilidad del itinerario.



- La información recogida se analiza para evaluar las posibilidades de diseño de nuevos itinerarios, rutas, visitas o productos de pesca-turismo, según la oferta turística, demanda de la entidad organizadora, tendencias del mercado o política de gestión de los espacios marinos naturales, estimando su viabilidad comercial, técnica, financiera y, en su caso, ambiental.
- Los itinerarios, rutas o productos de pesca-turismo definidos en el marco de espacios marinos naturales se adaptan a los objetivos divulgativos y lúdicos de la visita, maximizando el aprovechamiento interpretativo de los recursos naturales que mejor asegure y contribuya a su sostenibilidad, en función de temporada de pesca, para divulgar los valores de dichos espacios y de sus políticas de protección ambiental.
- El grado de adaptación de los servicios previstos a los requerimientos de los turistas, incluyendo adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, y a las características del entorno se analiza, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar el itinerario ruta, visita o productos diseñado por la entidad organizadora.
- Los datos personales de los turistas, previa autorización de protección de datos, se comunican a la autoridad competente como Capitanía Marítima, Parques Naturales, entre otros, de manera que la exigencia respecto de seguridad y control quede asegurada.
- La habitabilidad del pesquero en relación a acceso, pasarelas, lugar de asiento, altura de la barandilla de posicionamiento, suelo antideslizante, camas para excursiones que lo requieran, entre otros, se comprueba, de forma que los parámetros de seguridad queden cubiertos.
- La póliza de seguro o garantía equivalente exigida por la autoridad competente como Capitanía Marítima, Parques Naturales, entre otros, se comprueba, verificando su adecuación al servicio de pesca-turismo a desarrollar, de manera que el control en materia de seguridad de la actividad quede garantizado.
- Las provisiones y pertrechos solicitados en función del servicio a prestar y del pesquero se recepcionan, verificando su calidad y almacenamiento, de forma que quede asegurada la accesibilidad y garantías de trazabilidad.

14.2.2 SOLICITAR PERMISOS Y DESARROLLAR ACCIONES PREVIAS A LA EXPERIENCIA

- Los informes preceptivos se solicitan, obteniéndolos de acuerdo con la normativa aplicable de autorizaciones, de forma que el pesquero se despache para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo.
- El rol de despacho, dotación y el registro a llevar en tierra se cumplimentan, incluyendo en ambos documentos los datos exigidos por la normativa aplicable, de forma que los requisitos para poder navegar, por parte de la autoridad competente como Capitanía Marítima, Parques Naturales, entre otros, queden satisfechos.



14.2.3 INFORMACIÓN A LOS TURISTAS ANTES DE INICIAR LA EXPERIENCIA

- Recibimiento de los turistas (cordialidad y puntualidad).

Se corrobora el programa de la actividad, explicando informaciones en lo concerniente a:

Itinerario.
Horarios.
Zona de pesca.
Especies susceptibles de pesca.
Protocolos de recogida de residuos.
Normativa aplicable de seguridad en el barco.
Climatología.
Equipo de protección individual (EPI) como chaleco salvavidas, botiquín, protección solar, ropa de abrigo, entre otros.
Adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras.
Instalaciones de acuicultura.

- La información sobre medidas de seguridad a cumplir a bordo, como devolución al mar de capturas que por su tamaño o prohibición de captura incumplan la normativa aplicable sobre pesca responsable, entre otras, se entrega por escrito, utilizando los medios para conseguir una buena comprensión en la comunicación, de forma que la preservación del medio, y la seguridad de los turistas queden garantizadas.
- Se revisa la indumentaria y nivel de protección de los turistas ante la climatología pronosticada, suministrando material si fuera necesario, como calzado apropiado, gorras, ropa impermeable, entre otros, de forma de que el disfrute de la actividad cumpla con los estándares de seguridad.

- El pago de la actividad se comprueba, según características y formas de pago del servicio ofertado con el fin de que el objetivo comercial y conformidad de los turistas queden satisfechos.
- La información relativa a posicionamiento de los turistas dentro del pesquero se transmite, indicando protocolos de actuación y comportamientos ante una emergencia como hombre al agua, incendio, abandono del barco, entre otros, de manera que la seguridad y disfrute lúdico quede cumplido.
- Los chalecos salvavidas de pesca se entregan, comprobando su integridad y puesta por parte de los turistas, de forma que la seguridad en caso de emergencia quede cubierta.
- Los dispositivos de socorro, como las radiobalizas, radio, balsas, entre otros, se comprueban, revisando batería y activación, de forma que, en su caso, quede garantizada la señal a los centros de coordinación de emergencia.

14.2.4 DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES OFERTADAS

- Los protocolos de posicionamiento de los turistas se comprueban, mostrando los espacios como el puente de mando, maquinaria para la extracción, entre otros, con el fin de que la información quede transmitida de manera segura, empática y motivadora.
- La muestra en los pesqueros de despliegue en el mar del arte de pesca como redes, palangre, volantín, almadraba, entre otros se desarrolla, comprobando la posición de los turistas en la observación de la misma, y la devolución al mar de capturas que por su tamaño o prohibición incumplan la normativa aplicable, de forma que quede satisfecho el disfrute lúdico y la protección medioambiental del territorio.

La muestra en instalaciones acuícolas se desarrolla, informando a los turistas de técnicas, crianza de especies acuáticas vegetales y animales, extracción, entre otros, para garantizar que los objetivos de divulgación de protección medioambiental, y disfrute lúdico, queden asegurados.



- La muestra en instalaciones acuícolas se desarrolla, informando a los turistas de técnicas, crianza de especies acuáticas vegetales y animales, extracción, entre otros, para garantizar que los objetivos de divulgación de protección medioambiental, y disfrute lúdico, queden asegurados.
- Las muestras de actividades alternativas como encordar, llevar el timón, baños en zonas permitidas, pescar con caña, extracción o alimentación de peces en instalaciones acuícolas, toma de fotografías y/o videos, entre otras, se transmiten, comprobando que cumplen la normativa aplicable de seguridad para garantizar el respeto e integridad del medio y de los turistas.
- La muestra de selección del pescado y otros organismos marinos como algas, mariscos, entre otros, según el arte de pesca utilizado y/o de la instalación acuícola visitada se transmite, invitando a los turistas a participar en la misma, de manera que el respeto al medio marino según la normativa aplicable de pesca, se garantice.
- La muestra de tratamientos de los residuos generados por el pesquero, uso de materiales biodegradables, tratamiento de aceites, descarte de aparejos dañados, recuperación de redes perdidas, entre otros, se transmite, de forma que los turistas tomen conciencia de la importancia de preservación del medio donde se desarrolla la actividad y su influencia en todo el territorio.
- Las adaptaciones para movilidad reducida, sensorial, visual, entre otras, se revisan, verificando su idoneidad, para que puedan mejorar la actividad de pesca-turismo.

14.2.5 DIVULGAR LA CULTURA MARINERA

- El nivel de conocimiento de la cultura marinera, pesquería, especies marinas, entre otros, que va a ser objeto de disfrute lúdico, así como las aptitudes de cada turista se evalúa, adaptando la terminología y la transmisión de información de manera empática y motivadora y en su caso apoyada con material gráfico como fichas de especies y mapas, entre otros.
- La cultura marinera objeto de disfrute lúdico se da a conocer ajustando expectativas de manera que los turistas puedan asimilar conocimientos de:

Entorno natural: historia pesquera y acuícola de la localidad.

Costumbres de los pescadores y acuicultores: festas vinculadas al mundo del mar.

Reservas marinas, zonas protegidas

Especies cultivadas.

Organismos vivos pescados.

Métodos de cultivo.

Usos culinarios

Mamíferos marinos: ballenas, delfines y focas, entre otros.

Aves acuáticas: ánades, somormujo y garzas, entre otras.

Descripción de los barcos utilizados para la pesca y sus artes.

- Las actividades alternativas de inmersión en la cultura marinera como participación en la limpieza del pescado, mantenimiento de las instalaciones acuícolas, reparación de redes, entre otras, se ofrecen, comprobando las situaciones en su caso, de intolerancias y/o alergias, de manera empática y motivadora para garantizar la seguridad y transmisión de los valores de protección al medio local.



- Las actividades alternativas de participación en elaboración de platos en el pesquero se ofrecen, coordinando con ellos funciones, para que la experiencia resulte lúdica y la información de propiedades del producto, recetas tradicionales, cultura gastronómica de la zona entre otras, quede transmitida.
- La degustación de productos locales en la embarcación se inicia, incluyendo en su caso especies capturadas o extraídas durante la actividad, de forma que los turistas, en su caso, estén atendidos en caso de situaciones de intolerancias y/o alergias, disfruten y conozcan los productos del territorio.
- La divulgación de información de las subastas se transmite, visitando la lonja o el punto de venta de la cofradía, de forma que los turistas observen la importancia de la actividad para la economía local y el disfrute de la actividad lúdica quede satisfecho.
- Las actividades de venta vinculadas con la pesca-turismo se aplican, ofreciendo a los turistas la compra directa del pescado capturado o de los productos acuícolas extraídos durante la excursión de forma que la normativa aplicable de control y calidad quede asegurada.
- Las actividades de venta y/o degustación del pescado comprado durante la excursión se ofrecen, acordando con establecimientos hosteleros como restaurantes, hoteles entre otros, ofertas gastronómicas para los turistas y/o autóctonos de forma que la economía circular del territorio quede satisfecha.

En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Pesca-turismo como recurso informativo y turístico

Análisis del entorno en el que se enmarca la actividad de pesca-turismo.

Recopilación de información de interés sobre los recursos pesqueros: pesca, acuicultura, área lonja, área portuaria, cultura y tradición pesquera de la zona, paisaje, clima, recursos turísticos.

Análisis de los recursos de la zona: accesibilidad, comunicaciones, instalaciones y recorridos, entre otros.

Identificación de la cultura y valores de la zona para trasladarlos a las actividades de pesca-turismo.

Identificación de tendencias en pesca-turismo.

Artes de pesca en la visita de pesca-turismo: arrastre, cerco, redes de tiro, palangre de superficie, palangre de fondo, almadraba, pesca de túnidos con cañas o líneas de mano, curricán, nasas o jaulas, alcatruces, rastrillos, dragas, angazos, rastros, o poteras, rascos y volantas, trasmallo. Restricciones: Vedas, tallas mínimas, descartes, épocas de pesca, paradas biológicas, especies protegidas, áreas protegidas.

2. Diseño del catálogo de productos y actividades de pesca-turismo

Análisis del perfil de la demanda de pesca-turismo.

Categorización de productos y servicios en un catálogo o portafolio.

Identificación de los elementos y recursos internos y externos en el desarrollo de una actividad de pesca-turismo.

Plasmación de recursos y elementos para desarrollar una experiencia de pesca-turismo en una ficha de actividad.

Determinación del precio de actividades.

Tipología y características de la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de pesca-turismo.

Funciones y perfil profesional en pesca-turismo: acompañante, marinero, patrón, tripulación.

Pesca-turismo: definición, implicación, evolución, claves y modalidad de actividades.

El pescador-guía de pesca-turismo: definición, modalidades según su ámbito de actuación funciones, actitudes, aptitudes y perfil profesional.

Regulación de la actividad profesional: identificación e interpretación de la normativa aplicable vinculada a la experiencia.



3. Concreción de itinerarios de actividades o visitas de pesca-turismo y/o instalaciones acuícolas, para agencias de viajes, otros operadores o clientes

Concreción de itinerarios de viaje: justificación de los elementos de la programación.

Concreción de itinerarios accesibles.

Tipología de clientela destinataria. Especialistas/generalistas, intereses por nacionalidades. Metodología: descripción y aplicación.

Búsqueda, interpretación y tratamiento de la información y documentación.

Identificación de la documentación de viaje.

La preparación del itinerario de actividades de pesca-turismo.

Infraestructura como accesos, abastecimientos, transportes y otros. Infraestructura turística, como alojamientos, servicios de restauración, oferta recreativa y otros.

Análisis de información para evaluación de posibilidades de concreción de itinerarios, o visitas a bienes de interés cultural o a espacios naturales.

Tendencias en la demanda de itinerarios de actividades de pesca-turismo.

Posibilidades actuales y futuras de diseño de otros itinerarios.

Peculiaridades de la organización de actividades facultativas.

Aplicaciones. Cálculo de costes y precio de venta.

Comercialización del producto desarrollado.

Identificación de componentes de la oferta de pesca-turismo.

Recursos culturales y otros recursos turísticos en general.

Concreción y adaptación de itinerarios de actividades o visitas a espacios marinos y recursos naturales.

Análisis de herramientas de divulgación y movilidad para personas con necesidades especiales.

4. El desarrollo de la actividad o visita turística relacionada con pesca-turismo y/o instalaciones acuícolas

Presentación al grupo/cliente.

Salidas en medios de transporte: pesqueros. Coordinación de los servicios.

Relaciones con la agencia, operador turístico u organizador de la visita, ruta o itinerario.

Métodos para organizar el tiempo y controlar al grupo.

Revisión y actualización de información relacionada con itinerarios de viaje.

Adaptación de la información a perfiles de turistas.

Interpretación de la meteorología.

Control de multitudes y gestión de emergencias y comportamiento humano en los buques de pesca: implantación de planes y procedimientos de emergencia.

Evacuación fijada por el patrón o el armador.

Asistencia a los turistas.

Intervención en caso de emergencia: protocolos y comunicación.

Técnicas de liderazgo y control de estrés del personal y de los turistas.

5. Técnicas de comunicación aplicadas a la actividad de acompañamiento y pescador-guía

Definición, elementos y tipos de comunicación.

Etapas del proceso. Retroalimentación.

Dificultades y barreras en la comunicación.

Comunicación verbal y no verbal en público.

La comunicación como generadora de comportamientos.

La interpretación del patrimonio como metodología de comunicación para el pescador-guía de pesca-turismo.



Comunicación clara de la ubicación del elemento a observar en pesqueros y/o instalaciones acuícolas.

Aplicación de técnicas de comunicación y habilidades sociales específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos.

Problemas más frecuentes.

Adaptación del mensaje según el perfil del receptor: distintos enfoques y contenidos.

Protocolo y normas de comportamiento.

Herramientas de comunicación para la fidelización del cliente, el control de la calidad y la evaluación del servicio.

Contacto postventa y encuestas de satisfacción.

Uso de redes sociales y canales de comercialización.

6. La evaluación de la actividad de pesca-turismo

Identificar documentación de protección de datos de acuerdo a los protocolos de privacidad de la empresa.

Técnicas de evaluación utilizando encuestas de calidad y herramientas externas.

Acciones de comunicación y de servicios complementarios.

Redacción de memorias de evaluación en base a técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de información obtenida.

Acciones de fidelización del turista.

Análisis cualitativo y cuantitativo de las encuestas.

Adaptar los modelos y sistemas de recogida de datos que afectan al cliente durante la experiencia de pesca-turismo para adaptarlos a la normativa aplicable en función de la normativa de Protección de Datos.

14.3 OPERACIONES EN LA EMBARCACIÓN PESQUERA

14.3.1 OPERACIONES DE CARGA Y MERCANCÍAS

- Diferenciar y denominar las partes, elementos y equipos del buque de pesca y sus denominaciones lo que corresponde al casco, cubierta elementos de carga y descarga.
- Las provisiones y pertrechos se reciben, estiban y almacenan teniendo en cuenta criterios de peso, volumen y localización. Recepcionar los pertrechos, provisiones y demás cargas recibidas, detectando si hay deficiencias en los mismos. Arranchar y estibar los elementos anteriores en los paños, bodegas y otros espacios del buque, atendiendo a la naturaleza de la carga.
- La carga, descarga y traslado de pesos se realiza mediante los dispositivos de movilización evitando accidentes que puedan repercutir tanto en el buque como en la carga o la tripulación.
- Describir secuencialmente las actividades que se realizan en una operación de embarque, desembarque y estiba de pescado atendiendo a la naturaleza y embalaje del producto.

14.3.2 MANIOBRAS Y OPERATIVIDAD

- Describir las actividades que se realizan en las maniobras de atraque, desatraque, fondeo y remolque, para identificar las faenas de un buque pesquero en puerto.

Describir en el proceso de realización de actividades en un buque de pesca o auxiliar de acuicultura:



Los peligros debidos a los movimientos y aceleraciones del buque y a las superficies resbaladizas.

Los peligros que acarrear las operaciones de pesca al calar y levantar el arte y al embarcar la captura.

Las buenas prácticas de a bordo, particularmente para reducir el riesgo de incendios.

El uso de medios de protección personal a bordo.

La importancia de la estanqueidad, al agua y a la intemperie, en los buques pesqueros y la función de las portas de desagüe.

El funcionamiento de los dispositivos de cierre de puertas y otras aperturas que sean importantes para la estanqueidad al agua y a la intemperie.

- Interpretar las señales acústicas, luces y otros objetos que puedan divisarse durante la guardia.
- En un supuesto práctico de gobierno del buque pesquero:

Mantener el rumbo con el timón, cualquiera que sea el sistema de lectura del compás, para acreditar su identificación.

Realizar cambios de rumbo utilizando el timón.

Manejar los equipos de cubierta, tales como maquinillas, grúas de pórtico, plumas, estopores/cadenas, cables, cabos.

- En un supuesto práctico de mantenimiento del buque pesquero:

Realizar los trabajos de limpieza, rascado y repintado de las partes del buque que lo necesiten, a fin de evitar la oxidación de los materiales.

Engrasar y/o lubricar, entre otros, los pescantes, pastecas, chigres, maquinillas del buque de pesca o auxiliar de acuicultura, manteniendo los elementos móviles en estado de funcionamiento.

- En un supuesto práctico de maniobras, guardia y mantenimiento, que contemple en aguas interiores de puertos el manejo, con fines comerciales, de embarcaciones de menos de diez metros, dedicadas a la pesca o auxiliar de acuicultura que no transporten pasajeros.

14.3.3 EJECUTAR LAS FAENAS DE PESCA, LA MANIPULACIÓN Y LA CONSERVACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS

- Las faenas de pesca se realizan con eficacia y seguridad, bajo las indicaciones de un superior, atendiendo al tipo de buque y equipo de pesca a utilizar, con objeto de evitar daños y averías que puedan retrasar la actividad pesquera
- Las capturas se conservan, previa manipulación, en función del tipo y tratamiento a dar a la especie, atendiendo a las normas sobre higiene en el parque de pesca y a la normativa sobre manipulación de los productos de la pesca, a fin de obtener la máxima explotación de la actividad.
- Las especies capturadas no objetivo, sobre todo las capturas accidentales referidas a especies protegidas de aves, tortugas marinas, cetáceos o elasmobranquios protegidos, entre otros, se gestionan (incluye la anotación de dichas capturas en el diario de pesca), aplicando buenas prácticas a fin de reducir los impactos de la pesca sobre la zona protegida.
- La contaminación marina que pudiera venir derivada de las actividades de limpieza del casco, aportes de basuras y desechos, entre otros, se previene disponiendo y utilizando los recursos relativos a la gestión de residuos (tales como contenedores, reciclado y trituración) contemplados en la normativa de protección del medio marino, para no causar daños medioambientales.



En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Operaciones de arranchado, maniobras, gobierno, vigía, pesca y mantenimiento del buque

Elementos y equipos del buque: definición de buque, dimensiones, estructura.

Cubiertas y bodegas.

Obra viva y obra muerta.

Calados, elementos fijos y móviles.

Cabuyería: jarcia firme y de labor. Anclas, rezones, cadenas y cables.

Operaciones con cabos y alambres: nudos, gazas, ajustes y costuras.

Operaciones de carga y descarga: movimiento de pesos a bordo.

Embarque, desembarque y estiba de pescado, pertrechos y provisiones.

Maniobras del buque en puerto: manejo de chigres y maquinillas.

Dar y largar amarras.

Abozar cabos y estachas.

Encapillar y desencapillar cabos y estachas en norays o bitas.

Maniobras de atraque, desatraque, fondeo y remolque.

Expresiones utilizadas durante las maniobras.

Gobierno del buque, servicios de vigía y guardia: utilización de compases magnéticos y girocompás.

Órdenes al timonel.

Deberes del vigía.

Reglamento Internacional de Señales (señales acústicas, luces y otros objetos).

Operaciones de mantenimiento a bordo: mantenimiento del buque (rascado y pintado de superestructuras y equipos de cubierta).

2. Operaciones de pesca y manipulación de las capturas considerando la aplicación de riesgos laborales y protección del medio marino

Seguridad y salud en las faenas de la pesca.

Clases de buques pesqueros.

Manipulación y conservación de los productos de la pesca y la acuicultura.

Protección del medio marino y sus recursos.

Información sobre la fauna marina protegida que se ve afectada por posibles capturas accidentales y buenas prácticas para su gestión.

14.4 VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

14.4.1 DEFINIR LAS ACTUACIONES EN LA VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- Describir conceptos en las operaciones de venta: "empresa", "mercado", "producto y/o servicio", "cartera de clientes", "argumentario de ventas", "planes de venta", "proyecto empresarial", "canales de comercialización", "canales de comunicación online y offline", identificando sus características.
- Describir conceptos de los diferentes canales de comunicación: "publicidad en el punto de venta", "telefonía", "email", "sms", "página web", "networking", "e-commerce", "website", "chats", "e-CRM", "e-newsletters", "redes sociales", justificando su relevancia en el ámbito de las comunicaciones con clientes.
- Identificar canales de contacto con el cliente, enumerando sus características en el ámbito del marketing digital. El plan de actuación se define según los canales de contacto a utilizar con los clientes, presencial y no presencial -publicidad en el punto de venta, telefonía, email, sms, página web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-, considerando los más idóneos a las características de los clientes.



- Explicar en qué medida afecta la normativa de protección de datos de carácter personal en la gestión de un fichero de clientes justificando su importancia y consecuencias de la no aplicación de la misma.
- En un supuesto práctico de planificación de acciones de venta de una empresa comercial minorista en un área metropolitana, a partir de información detallada sobre objetivos de venta, con una cartera de clientes con tipologías heterogéneas -sexo, edad, dirección, email, periodicidad y capacidad de compra, u otras características-:

Elaborar el plan de actuación comercial utilizando herramientas CRM y/o sistemas ERP u otros, justificando las utilidades de los medios utilizados.

Definir puntos fuertes y débiles.

Definir ventajas y desventajas.

Definir los clientes potenciales, dónde encontrarlos y el medio de contacto.

Enumerar pautas/criterios a seguir para la actualización de la cartera de clientes.

Registrar en las aplicaciones de gestión con clientes las acciones planificadas.

- En un supuesto práctico de planificación de acciones de promoción y/o venta de una empresa comercial, contextualizado en un espacio online de venta, a partir de información detallada sobre objetivos de venta de productos y/o servicios:

Elaborar el plan de actuación comercial de venta online, identificando las diferencias con una venta presencial, en su caso.

Describir características del espacio web, redes sociales u otros, para la promoción y/o venta online de productos y/o servicios.

Identificar las variables que intervienen en la conducta y las motivaciones de compra del cliente en espacios online.

Describir la tipología del cliente online.

Adaptar las técnicas de promoción y/o venta a la comercialización online.

Transmitir información del producto y/o servicio en el espacio online.

14.4.2 ATENDER LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE DURANTE EL PROCESO DE VENTA

El contacto con el cliente se efectúa a través de los diferentes canales de comunicación, presencial y no presencial, -telefonía, email, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-, en función de los objetivos comerciales y las normas internas de la organización.

- Identificar tipologías de clientes, argumentando actitudes y comportamientos habituales según sus características, justificando el procedimiento a seguir según el canal de comunicación.
- Describir las normas de cortesía habituales en el trato con clientes, ejemplificando saludos contactos en función del canal de comunicación empleado y la tipología de cliente.
- Describir técnicas de comunicación habituales según las características de clientes tipo, que faciliten el cumplimiento de sus expectativas, a partir de un listado donde se expongan diferentes perfiles y se simule una breve conversación.



- Analizar información precisa sobre principios de confidencialidad de la información a través de diferentes canales de comunicación, justificando su importancia en la atención al cliente.
- En un supuesto práctico de comunicación presencial, durante un proceso de atención al cliente, partiendo de unos listados de situaciones dadas, donde se expongan diferentes tipologías y roles de clientes:



Obtener información del listado de clientes e identificar a los clientes potenciales efectuando agrupaciones por características similares de los mismos.

Seleccionar el canal de comunicación adecuado a la estrategia de venta - teléfono, Internet, telefonía móvil, correo electrónico, chats, e-newsletters, e-CRM, u otros canales-.

Transmitir la información con claridad y precisión de forma oral y/o escrita.

Identificar las posibles barreras de comunicación según el canal empleado.

Identificar las medidas correctoras a aplicar ante las barreras de comunicación en cada situación.

Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

Obtener información del listado de clientes e identificar la tipología de los mismos.

Aplicar en el saludo el trato protocolario que corresponde a cada situación, técnicas y habilidades sociales durante el intercambio de información que faciliten la empatía con el cliente.

Aplicar una escucha activa, reportando feedback al cliente, transmitiendo la información solicitada con claridad y precisión.

Identificar gestos, posturas y/o movimientos corporales del interlocutor para reconocer los principales mensajes derivados de la comunicación no verbal.

Identificar las posibles barreras de comunicación en cada situación.

Aplicar durante todo el proceso la normativa de protección de datos de carácter personal.

- En un supuesto práctico de comunicación presencial durante un proceso de atención al cliente, a partir de información detallada de una empresa de servicios y con un listado de posibles clientes:

14.4.3 DIFERENTES CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- La información derivada de las consultas, y/o pedidos presenciales y no presenciales de clientes, se recopila de acuerdo con las normas internas de trabajo, para su posterior tratamiento.
- La estrategia de venta adecuada a cada tipo de cliente se identifica, determinando la fórmula y momento oportuno para abordar la venta, creando el clima apropiado para la compra, basándose en el argumentario de venta o utilizando técnicas comerciales como upselling, cross-selling u otras.
- El cierre de la venta se materializa formalizando el pedido según las características del canal utilizado y dentro de los márgenes establecidos por la organización, comunicando al cliente las ventajas, promociones, ofertas y/o descuentos vigentes o futuros como método de fidelización, indicando el procedimiento a seguir, según el canal de comunicación utilizado.



- Las cláusulas del contrato de compraventa, en su caso, se transmiten al cliente por el medio de venta utilizado, cumplimentando el documento o modelo específico, aplicando los principios establecidos por la organización.
- El precio final y las condiciones de venta se transmiten al cliente, informando con transparencia y claridad de los descuentos y recargos correspondiente al producto y/o servicio ofrecido.
- La operación de cobro en la venta de productos y/o servicios se ejecuta, en su caso, en función del canal de comercialización, formalizando el pago según la modalidad que establezca la organización -efectivo, cheque, tarjetas, medios electrónicos, terminales de telefonía móvil, pagos con tecnología RFID/NFC, aplicaciones informáticas específicas u otros-.

14.4.4 ATENDER LAS INCIDENCIAS PRESENTADAS POR LOS CLIENTES

Aplicar técnicas de resolución de conflictos en el ámbito de las incidencias presentas por clientes a través de los canales de comercialización.

- Identificar la naturaleza de los conflictos e incidencias en el ámbito comercial, explicando el posible origen de los mismos y las técnicas para identificarlos.
- Describir técnicas para afrontar incidencias en el ámbito comercial como quejas, reclamaciones, sugerencias, devoluciones de productos u otras situaciones, explicando las características que las identifican.
- Enumerar la documentación que se utiliza para registrar las incidencias de los clientes, explicando la información que ha de contener.
- Describir el proceso que debe seguir una reclamación formulada por un cliente, enumerando las posibles fases a seguir.
- En un supuesto práctico simulado de tratamiento de incidencias con clientes tipo, a partir de información detallada en un listado de incidencias:

Obtener información del listado de incidencias.

Describir el procedimiento a seguir según los protocolos establecidos

Identificar las causas que han provocado la incidencia

Delimitar el ámbito de responsabilidad.

Actuación acorde al sistema aplicando los criterios establecidos.

En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Organización del entorno comercial

Definición de conceptos en las operaciones de ventas: la empresa, el mercado, el producto, el cliente.

El argumentario de ventas y el plan de actuación comercial.

Objetivos de las organizaciones.

Fabricantes, distribuidores y consumidores.

Las ventas y la distribución: evolución y tendencias.

Los canales de comunicación y venta con clientes.

Modelos de comercio a través de los canales digitales: venta online y offline.

Estructura y proceso comercial en la empresa.

2. Relación con el cliente en el ámbito de las ventas

El vendedor profesional: aproximación al cliente.

Técnicas de venta presencial: características y barreras habituales.

Técnicas de venta no presencial: características y barreras habituales.

Comportamiento del consumidor y/o usuario: detección de necesidades.

Variables en la conducta y motivaciones de compra online/offline.



Normas de cortesía en el trato con el cliente, los tratos protocolarios.

Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal.

3 Gestión de las ventas en las organizaciones empresariales

Las ventas de productos y/o servicios: fases de la venta y cierre.

Las ventas a través de los diferentes canales de comercialización.

El argumentario de ventas.

Técnicas y estrategias comerciales: upselling, cross-selling.

El cliente: características y tipología. El cliente prescriptor.

Normativa aplicable de defensa de los consumidores y usuarios.

4. Planificación comercial, el producto y su presentación

Organización y planificación comercial online/offline.

Potenciar la imagen y el posicionamiento de marca.

La agenda comercial online/offline.

Planificación de las visitas de venta: gestión de tiempos y rutas.

Herramientas de gestión de clientes, gestión del fichero de clientes. CRM, sistemas de Planificación de Recursos Empresariales ERP (Enterprise Resource Planning), Streak u otras herramientas de gestión.

Presentación del producto y/o servicio: atributos y características.

El empaquetado y embalado de productos: materiales y técnicas.

5 Documentación en el proceso de venta de productos y servicios

Documentos propios de la compraventa.

El contrato de compraventa: características y elementos.

Factura: elementos que la componen.

Los impuestos en la facturación: IVA e IRPF.

Cálculo de PVP -Precio de venta al público-: márgenes y descuentos.

Medios habituales de pago: los medios electrónicos.

Justificantes de pago.

Medios de pago en Internet.

Medios electrónicos: TPV, PDA, datáfono.

6. Negociación y resolución de conflictos en el ámbito de las reclamaciones de ventas

Técnicas de negociación y resolución de conflictos en el ámbito de las reclamaciones.

Fidelización y calidad del servicio.

Programa de fidelización de clientes: objetivo y características.

El servicio postventa: incidencias del servicio.

Definición y tipos de incidencias de clientes y usuarios: fases del proceso.

Registro de las reclamaciones de clientes y documentación.

Aplicaciones de gestión en las incidencias de clientes.



14.5 INTERVENCIÓN EN CASO DE ACCIDENTE O SITUACIÓN DE EMERGENCIA

14.5.1 VALORACIÓN INICIAL DEL ACCIDENTADO

- Diferenciar los conceptos de urgencia, emergencia y catástrofe en primeros auxilios.
- Definir técnicas de autoprotección frente a posibles lesiones derivadas de la manipulación de personas accidentadas.
- En un supuesto práctico de identificación del estado del accidentado:

Identificar el nivel de consciencia.

Identificar las posibles lesiones y traumatismos y sus mecanismos de producción.

Seleccionar las maniobras posturales ante lesiones.

Comunicar la información al servicio de emergencias.

Manejar la terminología médico-sanitaria de primera intervención.

Utilizar los elementos de protección individual.

Definir las técnicas de autoprotección frente a posibles lesiones.

- En un supuesto práctico de intervención para la valoración inicial de un accidentado:

Identificar y justificar la mejor forma de acceso al accidentado.

Identificar los posibles riesgos.

Asegurar la zona según el protocolo establecido.

Efectuar las maniobras necesarias para acceder al accidentado.

- En un supuesto práctico de valoración inicial de un accidentado:

Concretar las pautas de actuación según el protocolo para la valoración inicial.

Identificar situaciones de riesgo vital y definir las actuaciones que conllevan.

Utilizar las técnicas posturales apropiadas ante situaciones de compromiso ventilatorio.

Utilizar las técnicas de hemostasia apropiadas ante situaciones de hemorragias externas.

14.5.2 ASISTIR AL ACCIDENTADO

- Describir los conceptos de reanimación cardio-pulmonar básica e instrumental según un protocolo.
- Describir técnicas de desobstrucción de la vía aérea en la atención inicial según un protocolo.
- En un supuesto práctico de compromiso ventilatorio de un accidentado:

Identificar situaciones de riesgo vital y definir las actuaciones que conllevan.

Efectuar la maniobra frente-mentón.

Utilizar las técnicas posturales según un protocolo ante situaciones de compromiso ventilatorio.

- En un supuesto práctico de compromiso circulatorio de un accidentado:

Seleccionar el material e instrumental de reanimación cardio-pulmonar básica.

Aplicar las técnicas básicas e instrumentales de reanimación cardio-pulmonar sobre maniqués.

Aplicar las técnicas básicas de reanimación cardio-pulmonar sobre maniqués utilizando equipo de oxigenoterapia y desfibrilador automático.



14.5.3 PRESTAR LA ATENCIÓN INICIAL AL ACCIDENTADO

- Definir el protocolo de una Cadena de Supervivencia en relación a los primeros auxilios.
- Explicar las acciones de colaboración con los equipos de emergencia en los primeros auxilios durante la atención inicial y primera clasificación de pacientes ante una catástrofe y en situación de emergencia colectiva.
- En un supuesto práctico de atención inicial en situación de emergencia a un accidentado:

Vigilar a un accidentado para valorar su evolución.

Alinear manualmente la columna cervical al accidentado.

Efectuar la maniobra frente-mentón.



- En un supuesto práctico de atención inicial en situación de emergencia en un accidentado con atragantamiento:

Seleccionar la maniobra en función de la edad de un accidentado según un protocolo.

Valorar la gravedad de la obstrucción según un protocolo.

Aplicar las maniobras de desobstrucción según un protocolo.

Efectuar la desobstrucción de una embarazada.

Concretar las pautas de comunicación con el servicio de emergencia en una obstrucción grave.

- En un supuesto práctico de atención inicial en situación de emergencia a un accidentado:

Aplicar las técnicas oportunas recogidas en un protocolo establecido ante posibles accidentados con lesiones por agentes mecánicos, físicos o químicos.

Aplicar protocolo de atención establecido a un accidentado con crisis convulsiva.

Aplicar protocolo de atención establecido a un accidentado con quemaduras.

Aplicar protocolo de atención establecido a un accidentado con hemorragia externa.

Actuar conforme a un protocolo establecido ante situaciones de parto inminente.

- En un supuesto práctico de primeros auxilios en situación de emergencia a un accidentado:

Actuar en función de la gravedad y el tipo de lesiones.

Determinar las técnicas de primeros auxilios que se deben aplicar.

Discriminar las técnicas que no debe aplicar el primer interviniente de forma autónoma, por exceso de riesgo o por ser específicas de otros profesionales.

Discriminar los casos y/o circunstancias en los que no se debe intervenir directamente por exceso de riesgo o por ser específicos de otros profesionales.

14.5.4 APLICAR LAS TÉCNICAS DE MOVILIZACIÓN E INMOVILIZACIÓN AL ACCIDENTADO

- El lugar de seguridad se selecciona, conforme a protocolos establecidos, para colocar al accidentado hasta la llegada de los servicios sanitarios de emergencia y minimizar los riesgos.
- Las técnicas de movilización e inmovilización se aplican para colocar al accidentado en una posición anatómica no lesiva hasta que acudan a la zona los servicios sanitarios de emergencia o para proceder a su traslado en caso necesario.



- Las técnicas posturales se aplican cuando el accidentado se encuentra en situación de compromiso ventilatorio o presenta signos evidentes de "shock", para minimizar riesgos.
- Los tipos de accidentados y lesiones se discriminan para intervenir en aquellos casos que no precisen de otros profesionales.
- Las técnicas de intervención de primeros auxilios con los accidentados inmovilizados se discriminan, para aplicar aquellas propias de un técnico de nivel como primer interviniente, en función de la gravedad y los tipos de lesiones o proceder inmediatamente a su traslado.

14.5.5 INTERVENIR CON TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y APOYO EMOCIONAL

- Los signos de ataque de pánico, ansiedad y/o estrés de la víctima motivado por el accidente se identifican observando el aumento del ritmo cardíaco, palmas sudorosas, dificultad para respirar, sensación subjetiva de ataque cardíaco, y sentimientos de temor para aplicar las técnicas de apoyo emocional hasta su traslado, siguiendo los protocolos establecidos.
- La comunicación del accidentado con su familia se facilita, desde la toma de contacto hasta su traslado, atendiendo, en la medida de lo posible a sus requerimientos.
- La información a familiares, accidentado o persona relacionada se realiza de manera respetuosa e infundiendo confianza, sobre aquellas cuestiones que se puedan plantear dentro de sus competencias.
- Los familiares de los accidentados se atienden, para ofrecerles información sobre las cuestiones que puedan plantear dentro de sus competencias.
- La solicitud de información por parte de la familia de los accidentados se atiende para ofrecerles datos sobre las cuestiones que puedan plantear dentro de sus competencias.

En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Valoración inicial del accidentado como primer interviniente

El botiquín de primeros auxilios: instrumentos, material de cura y fármacos básicos.

Primeros auxilios: concepto, principios generales, objetivos y límites.

El primer interviniente: actitudes, funciones, responsabilidad legal, riesgos y protección, responsabilidad y ética profesional.

El primer interviniente como parte de la cadena asistencial.

Terminología anatomía y fisiología.

Terminología médico-sanitaria de utilidad en primeros auxilios.

Actuación general ante emergencia colectiva y catástrofe: conceptos relacionados con emergencias colectivas y catástrofes, métodos de "triage" simple, norias de evacuación.

2. Asistencia al accidentado con maniobras de soporte ventilatorio y/o circulatorio básico como primer interviniente

La Cadena de Supervivencia: eslabones de actuación.

Características de la Cadena de Supervivencia.

Resucitación cardiopulmonar básica (RCPB): valoración del nivel de consciencia; comprobación de la ventilación; protocolo de RCPB ante una persona inconsciente con signos de actividad cardíaca; protocolo de RCPB ante una persona con parada cardio-respiratoria; RCPB en niños de 1 a 8 años y RCPB en lactantes.

Transporte de un enfermo repentino o accidentado: valoración de la situación; posiciones de transporte seguro; técnicas de inmovilización y transporte utilizando medios convencionales y materiales inespecíficos o de fortuna; confección de camillas utilizando medios convencionales o inespecíficos.



3. Atención inicial de primeros auxilios en situaciones de emergencia sin parada cardio-respiratoria. Valoración del accidentado: primaria y secundaria

Técnicas de movilización e inmovilización al accidentado para asegurar el posible traslado: posición lateral de seguridad, posiciones de espera no lesivas o seguras, recogida de un lesionado.

Métodos para desobstruir la vía aérea y facilitar la respiración: accesorios de apoyo a la ventilación y oxigenoterapia.

Intoxicaciones por vía respiratoria: intoxicaciones por inhalación de humos y gases.

Signos y síntomas de urgencia: fiebre, crisis anafilácticas, vómitos y diarrea, desmayos, lipotimias, síncope y "shock".

Heridas: clasificación, síntomas y signos. Tratamiento básico.

Hemorragias: clasificación, síntomas y signos. Tratamiento básico.

Traumatismos: esguinces, contusiones, luxaciones, fracturas, traumatismos torácicos, traumatismos craneoencefálicos, traumatismos de la columna vertebral, síndrome de aplastamiento, politraumatizados y traslados.

Accidentes de tráfico: orden de actuación, medidas respecto a la seguridad de la circulación y a los heridos en el accidente y aspectos esenciales de los accidentes de tráfico.

Lesiones producidas por calor y por frío.

Cuerpos extraños: en la piel, ojos, oídos y nariz.

Accidentes eléctricos. Electrocutación: lesiones producidas por la electricidad y los rayos.

Intoxicaciones por alcohol y estupefacientes.

Cuadros convulsivos: epilepsia y otros cuadros convulsivos.

4. Intervención de apoyo psicológico al accidentado, familiares e implicados en la situación de urgencia como primer interviniente

Psicología de la víctima.

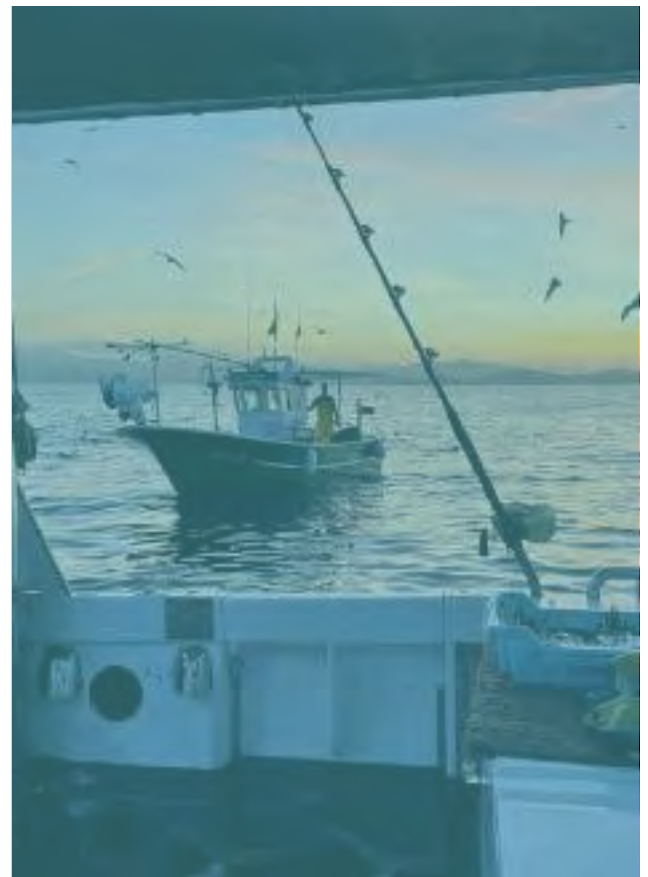
Comunicación: canales y tipos. Comunicación asistente-accidentado.

Comunicación asistente-familia.

Habilidades sociales. Actitudes personales que facilitan o dificultan la comunicación.

Estrategias de control del estrés.

Apoyo psicológico ante situaciones de emergencia: crisis, duelo, tensión, agresividad y ansiedad.





14.6 EMERGENCIAS Y NORMAS DE SEGURIDAD EN EL TRABAJO

14.6.1 ACTUAR EN CASO DE ABANDONO DE BUQUE SIGUIENDO TÉCNICAS DE SUPERVIVENCIA PERSONAL

- Describir las medidas e identificar los medios y dispositivos salvavidas, dispositivos personales de salvamento y las embarcaciones de supervivencia a utilizar, en caso de abandono de buque, de acuerdo con el plan de emergencia establecido, con el fin de salvaguardar la vida de las tripulaciones y turistas.
- Enumerar las actuaciones a tomar en caso de abandono de buque, tanto en la mar como en las embarcaciones de supervivencia, siguiendo procedimientos náuticos establecidos, con el fin de proteger la vida humana en la mar.
- En un supuesto práctico de abandono de buque y supervivencia en la mar:

Colocarse un chaleco salvavidas, saltar al agua y nadar para subir a la balsa, siguiendo instrucciones y procedimientos establecidos, con el fin de lograr sobrevivir en la mar.

Adrizar una balsa salvavidas llevando el chaleco puesto, según procedimientos operacionales establecidos, para poder ser utilizada como medio de supervivencia.

Utilizar el equipo de supervivencia de las embarcaciones, de acuerdo con las instrucciones y protocolos establecidos, con el fin de preservar la vida de las tripulaciones.

- Interpretar mensajes orales o escritos en lenguaje normalizado de la Organización Marítima Internacional (OMI).

14.6.2 EJECUTAR LAS OPERACIONES DE PREVENCIÓN Y LUCHA CONTRA-INCENDIOS

- Enumerar las medidas a tomar para prevenir que se origine un incendio a bordo, siguiendo las instrucciones y recomendaciones establecidas.
- Describir el proceso secuencial de simulacro de abandono de buque, teniendo en cuenta un proceso establecido en un manual de gestión de la seguridad, según el Código de Gestión de la Seguridad.
- Describir los dispositivos y medios de lucha contra-incendios y las vías de evacuación, con el fin de ser utilizados en este tipo de emergencias, de acuerdo con lo establecido en cuadro orgánico del buque.
- En un supuesto práctico de incendio a bordo:

Proceder a la extinción de un incendio, por medio de agentes extintores, teniendo en cuenta el tipo y fuente de ignición, con el fin de evitar su propagación y lograr su extinción.

Utilizar el aparato respiratorio autónomo en la extinción de un incendio y en operaciones de rescate, siguiendo los procedimientos y protocolos establecidos, para conseguir su extinción y el rescate de tripulantes en peligro.

- Describir los tipos de fuegos, elementos que intervienen en estos y las condiciones propicias para que puedan producirse.

14.6.3 APLICAR MEDIDAS DE PRIMEROS AUXILIOS BÁSICOS, SEGÚN LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS

- El examen del paciente y la toma de constantes vitales (pulso carotídeo y radial, presencia o ausencia de respiración, toma de temperatura y relejo pupilar) se llevan a efecto siguiendo protocolos establecidos con el fin de colaborar en la elaboración de una historia clínica básica.



- El tratamiento de primeros auxilios a los enfermos o accidentados a bordo en casos de asfixia, parada cardíaca, hemorragias, shock, heridas y quemaduras, esguinces, luxaciones y fracturas se llevan a cabo siguiendo los procedimientos establecidos para cada caso, para paliar y evitar el agravamiento de los daños de los accidentados.
- La inmovilización y el transporte de heridos se realizan mediante maniobras, métodos de rescate y transporte protocolizados, con el fin de socorrer y no agravar los daños del paciente o herido.
- El botiquín de primeros auxilios integrado por el instrumental, material de curas y medicamentos (diferenciando entre "principio activo" y "nombre comercial") se identifica para su utilización en situaciones de emergencia vinculadas a los accidentados a bordo.

14.6.4 ADOPTAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD PERSONAL Y DE PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN

- La información relativa a los planes de contingencias del buque, señales de emergencia y medidas a adoptar al oír las mismas se interpreta a fin de ejecutar las medidas de seguridad en la utilización de equipos y medios de supervivencia, protección personal, ambiental y de socorro, según la normativa aplicable e instrucciones recibidas durante la familiarización a bordo, para minimizar los riesgos derivados del trabajo.
- Los trabajos ejecutados en cualquier lugar del buque se efectúan de acuerdo con la normativa de prevención de riesgos laborales, utilizando los dispositivos y medios de protección personal con el fin de preservarse de los peligros que puedan presentarse a bordo.
- Las medidas a tomar para evitar la contaminación marina se llevan a cabo de acuerdo con normativa aplicable e instrucciones recibidas para no causar daños accidentales u operacionales al medio marino.
- Las instrucciones se interpretan con claridad en el idioma oficial o lenguaje normalizado de la Organización Marítima Internacional (OMI).

En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Técnicas de supervivencia personal

Preparación para cualquier emergencia: cuadro orgánico.

Procedimientos para abandonar el buque: actuación en el agua y medidas a bordo de las embarcaciones de supervivencia.

Equipos de protección personal: chalecos salvavidas, aros salvavidas, balsas salvavidas, botes de rescate, equipamiento térmico, radiobalizas, equipo de las embarcaciones de supervivencia, peligros para los supervivientes.

2. Prevención y lucha contra incendios

Incendios en un buque.

Clasificación de los incendios.

Elementos del fuego y de la explosión.

Agentes extintores.

Equipos de extinción.

Instalaciones y equipos de detección.

Señales de alarma contra-incendios.

Organización de la lucha contra-incendios a bordo.

Equipos de protección personal. Equipo de respiración autónoma.

Métodos, agentes y procedimientos de lucha contra-incendios.

3. Primeros auxilios básicos

Primeros auxilios en la mar.

Recursos sanitarios para los marinos.

Valoración de la víctima: síntomas y signos.

Estructura y funciones del cuerpo humano.

Tratamiento de heridas, traumatismos, quemaduras, hemorragias y shock.

Asfixia, parada cardíaca. Reanimación.



Técnicas de evacuación y rescate de enfermos y accidentados.

Evaluación de una situación de emergencia.

Botiquín reglamentario de a bordo.

4. Seguridad personal y responsabilidades sociales

Tipos de peligros y emergencias que pueden producirse a bordo.

Planes de contingencia a bordo.

Señales de emergencia y alarma.

Cuadro de obligaciones y consignas en casos de emergencia.

Señalización de seguridad utilizada para los equipos y medios de supervivencia.

Órdenes relacionadas con tareas a bordo.

Condiciones de trabajo y seguridad.

Equipos de protección personal y colectiva.

Normativa sobre prevención de riesgos laborales.

Prevención de la contaminación del medio marino. Efectos de la contaminación accidental u operacional del medio marino.

Información sobre la fauna marina protegida que se ve afectada por posibles capturas accidentales y buenas prácticas para su gestión.

Procedimientos de protección ambiental.

Procedimiento de socorro.

Importancia de la formación y de los ejercicios periódicos.

Vías de evacuación.

Plan nacional de salvamento marítimo.

Trabajos en caliente.

Precauciones que deben adoptarse antes de entrar en espacios cerrados.

Prevención de riesgos laborales. Límites de ruido, iluminación, temperatura, vías de circulación.

Peligro del uso de drogas y abuso del alcohol.

Lenguaje normalizado de la Organización Marítima Internacional (OMI).

14.7 COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA

14.7.1 INTERPRETAR EL SENTIDO GENERAL DE LA INFORMACIÓN ORAL EN LENGUA INGLESA

- Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.
- Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal -identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.
- Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho.
- En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:

Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.

Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.

Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.

Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.



14.7.2 INTERPRETAR LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN ESCRITA EN LENGUA INGLESA

- Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.
- Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.
- Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.
- Identificar entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.
En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.
- Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.
- Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

14.7.3 TRANSMITIR ORALMENTE, INTERACCIONANDO EN LENGUA INGLESA CON OTROS INTERLOCUTORES

- Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.
- En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.

Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada.

Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.

Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.

Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.

Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.

Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.



Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa y clara.

Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.

Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.

Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.

Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

- Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.
- Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones
- Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.



14.7.4 EXPRESAR EN LENGUA INGLESA LA INFORMACIÓN

- En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:
- Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.
- En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.

Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.

Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.

Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.

Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.



En conclusión, los contenidos a desarrollar son:

1. Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico. Comprensión de textos orales: expresión e interacción

Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicas generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción).

Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

2. Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico. Producción de textos orales: expresión e interacción

Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales.

Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente -gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o

corporal- y cualidades prosódicas convencionales.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común.

3. Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico. Comprensión de textos escritos: expresión e interacción

Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común.

Patrones gráficos y convenciones ortográficas.



ANEXOS





1. Formulario de la declaración responsable de la Junta de Andalucía

DECLARACIÓN RESPONSABLE

ACTIVIDAD DE PESCA TURISMO, TURISMO PESQUERO O MARINERO Y TURISMO ACUÍCOLA (Código procedimental: 19367)

TIPO DE ACTIVIDAD POR LA QUE SE PRESENTA DECLARACIÓN RESPONSABLE (marque con una X)

- PESCA TURISMO
- TURISMO PESQUERO O MARINERO
- TURISMO ACUÍCOLA

de _____ de _____ de _____ BOM n° _____ de fecha _____

1 DATOS DE LA PERSONA O ENTIDAD SOLICITANTE Y DE LA REPRESENTANTE							
APELLIDOS Y NOMBRE/RAZÓN SOCIAL/DENOMINACIÓN						SEXO <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M	DN/NIIE/NIF
DOMICILIO:							
TIPO DE VIA		NOMBRE DE LA VIA					
NÚMERO	LETRA	KM EN LA VIA	BLOQUE	PORTAL	ESCALERA	PLANTA	PUERTA
ENTIDAD DE POBLACIÓN		MUNICIPIO		PROVINCIA		PAIS	COD. POSTAL
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL		CORREO ELECTRÓNICO			
APELLIDOS Y NOMBRE /RAZÓN SOCIAL/DENOMINACIÓN DE LA PERSONA O ENTIDAD REPRESENTANTE						SEXO <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> M	DN/NIIE/NIF
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL		CORREO ELECTRÓNICO			

(*) Completar solo en caso de persona física

2 DATOS DE LA INSTALACIÓN/EMBARCACIÓN							
2.1 DOMICILIO DE LA INSTALACIÓN DONDE SE PRETENDE REALIZAR LA ACTIVIDAD							
TIPO DE VIA		NOMBRE DE LA VIA					
NÚMERO	LETRA	KM EN LA VIA	BLOQUE	PORTAL	ESCALERA	PLANTA	PUERTA
ENTIDAD DE POBLACIÓN		MUNICIPIO		PROVINCIA		PAIS	COD. POSTAL
TELÉFONO FIJO		TELÉFONO MÓVIL		CORREO ELECTRÓNICO			
ACTIVIDAD PRINCIPAL AUTORIZADA:							
2.2 DATOS DE LA EMBARCACIÓN DONDE SE PRETENDE REALIZAR LA ACTIVIDAD							
NOMBRE DE LA EMBARCACIÓN:				MATRÍCULA Y FOLIO:			
ACTIVIDAD PRINCIPAL AUTORIZADA:				LISTA:			



3	NOTIFICACIÓN
3.1	LUGAR Y MEDIO DE NOTIFICACIÓN (A cumplimentar por las personas NO DELGADAS o relacionarse electrónicamente con la Administración)
Marque sólo una opción: <input type="checkbox"/> OPCIÓN por que las notificaciones que proceda practicar se efectúen en papel en el lugar que se indica. Independientemente de la notificación en papel, esta se practicará también por medios electrónicos, a la que podrá acceder voluntariamente, teniendo validez a efectos de plazo según a la que se acceda primero (1). TIPO DE VÍA: _____ NOMBRE DE LA VÍA: _____ NÚMERO: _____ LETRA: _____ KM EN LA VÍA: _____ BLOQUE: _____ PORTAL: _____ ESCALERA: _____ PLANTA: _____ PUERTA: _____ ENTIDAD DE POBLACIÓN: _____ MUNICIPIO: _____ PROVINCIA: _____ PAÍS: _____ COD. POSTAL: _____ TELÉFONO FIJO: _____ TELÉFONO MÓVIL: _____ CORREO ELECTRÓNICO: _____ <input type="checkbox"/> OPCIÓN por que las notificaciones que proceda practicar se efectúen por medios electrónicos a través del sistema de notificaciones de la Administración Junta de Andalucía y se transmitirá su alta en el servicio correspondiente en caso de no estado (1). Indique un correo electrónico y, opcionalmente, un número de teléfono móvil donde informar sobre las notificaciones practicadas en el sistema de notificaciones. Correo electrónico: _____ Nº teléfono móvil: _____ (1) Debe acceder al sistema de notificaciones con su certificado digital u otros medios de identificación electrónica; puede encontrar más información sobre los requisitos necesarios para el uso del sistema en el acceso a las notificaciones en la dirección: http://www.juntadeandalucia.es/notificaciones .	
3.2	NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA OBLIGATORIA (A cumplimentar por las personas DELGADAS o relacionarse electrónicamente con la Administración)
Las notificaciones que proceda practicar se efectuarán por medios electrónicos a través del sistema de notificaciones de la Administración Junta de Andalucía y se transmitirá su alta en el servicio correspondiente en caso de no estado (1). Indique un correo electrónico y, opcionalmente, un número de teléfono móvil donde informar sobre las notificaciones practicadas en el sistema de notificaciones. Correo electrónico: _____ Nº teléfono móvil: _____ (1) Debe acceder al sistema de notificaciones con su certificado digital u otros medios de identificación electrónica; puede encontrar más información sobre los requisitos necesarios para el uso del sistema en el acceso a las notificaciones en la dirección: http://www.juntadeandalucia.es/notificaciones .	
4	DECLARACIONES
DECLARO , bajo mi expresa responsabilidad, que son ciertos cuantos datos figuran en la presente declaración así como en la documentación que se adjunta, y que la persona o entidad solicitante: <input type="checkbox"/> Cumple los requisitos de acceso al ejercicio de la actividad de diversificación de conformidad con el artículo 5 del Decreto. <input type="checkbox"/> Cumple los requisitos previstos en el art. 6 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril, relativo a las condiciones de seguridad y habitabilidad, en el caso de actividades desde embarcación. <input type="checkbox"/> Cuenta con el previo informe favorable del Ministerio de Fomento, de conformidad con lo previsto en el artículo 4 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril, por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca turística. Que dispone del seguro obligatorio para garantizar la seguridad de los turistas en el desarrollo de su actividad: <input type="checkbox"/> Seguro obligatorio conforme a lo exigido en el art. 7 del Real Decreto 239/2019, de 5 de abril para realizar la actividad de diversificación desde la embarcación. <input type="checkbox"/> Seguro de responsabilidad civil que cubra a todos los participantes de la actividad de turismo marítimo o turismo acuático en tierra. Que el número de personas que desarrollan la actividad diferenciada por sexo son: Mujeres: _____ Hombres: _____	
5	DOCUMENTACIÓN
Presenta la siguiente documentación: <input type="checkbox"/> Documentación acreditativa de la personalidad jurídica de la entidad solicitante y, en su caso, composición de accionariado o del capital. <input type="checkbox"/> Documentos de acreditación de la representación, en su caso. <input type="checkbox"/> Copia del contrato o contratos, en su caso, con empresas dedicadas a la realización de actividades turísticas, conforme a lo previsto en el Art. 8.7 del presente Decreto. <input type="checkbox"/> Copia del contrato o contratos, en su caso, con empresas de servicio, conforme a lo previsto en el Art.4.2 del presente Decreto. <input type="checkbox"/> Licencias, autorizaciones, concesiones y permisos que procedan en función de la actividad de diversificación y del lugar o desarrollo de la misma. <input type="checkbox"/> Declaración responsable de conformidad con el desarrollo de la actividad, firmada por la persona propietaria de la embarcación o de la instalación, en el caso de que no sea la persona interesada. <input type="checkbox"/> Memoria de la actividad que se pretende desarrollar.	

0031740

19495



5 DOCUMENTACIÓN (Continuación)

DOCUMENTOS EN PODER DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA O SUS AGENCIAS

Ejercio el derecho a no presentar los siguientes documentos que están en poder de la Administración de la Junta de Andalucía o de sus Agencias, e indico a continuación la información necesaria para que puedan ser recabados:

Documento	Consejería/Agencia y Órgano	Fecha de emisión o presentación	Procedimiento en el que se emitió o en el que se presentó
1			
2			
3			
4			
5			

DOCUMENTOS EN PODER DE OTRAS ADMINISTRACIONES (artículo 26 de la Ley 39/2015)

Ejercio el derecho a no presentar los siguientes documentos que están en poder de otras Administraciones Públicas, e indico a continuación la información necesaria para que puedan ser recabados:

Documento	Administración Pública y Órgano	Fecha de emisión o presentación	Procedimiento en el que se emitió o en el que se presentó
1			
2			
3			
4			
5			

6 DERECHO DE OPOSICIÓN (artículo 28 de la Ley 39/2015)

El órgano gestor va a consultar los siguientes datos, en el caso de que no esté de acuerdo, manifieste su oposición:

- ME OPONGO** a la consulta de los **datos de Identidad** de la persona solicitante a través del Sistema de Verificación de Datos de Identidad, y adjunto copia del DNI/NIE.
- ME OPONGO** a la consulta de los **datos de Identidad** de la persona representante a través del Sistema de Verificación de Datos de Identidad, y adjunto copia del DNI/NIE.

7 LUGAR, FECHA Y FIRMA

En _____ de _____ de _____

LA PERSONA SOLICITANTE/REPRESENTANTE LEGAL

Firma: _____

ILMO./A. SR./A. DELEGADO/A TERRITORIAL DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN _____

Código Directorio Común de Unidades Orgánicas y Oficinas:

CLÁUSULA DE PROTECCIÓN DE DATOS

En cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (art. 12 y 13, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible le informa que:

- a) El responsable del tratamiento de los datos personales proporcionados en el presente formulario es la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible – Dirección General de Pesca y Acuicultura cuya dirección es C/ Tabladilla, s/n – 41071, Sevilla.
- b) Puede contactar por correo electrónico con el Delegado de Protección de Datos de la Consejería en la dirección electrónica dpd.ragpdp@juntadeandalucia.es
- c) Los datos personales proporcionados en el presente formulario serán integrados, para la gestión de su solicitud y el control del cumplimiento de la Política Pesquera Común en lo relativo a la comercialización, en el tratamiento denominado "Comercialización pesquera y acuícola", cuya base jurídica es el cumplimiento de una misión realizada en interés público (RGPD: 6.1.4), basado en Ley 1/2002, de 4 de abril, de Ordenación, Fomento y Control de la Pesca Marítima, el Marisqueo y la Acuicultura Marítima.
- d) Usted puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad de sus datos, y de limitación u oposición a su tratamiento como se explica en la información adicional, que puede encontrar, junto con el formulario para la reclamación y/o ejercicio de esos derechos, en la siguiente dirección electrónica: <http://www.juntadeandalucia.es/protecciondedatos>
- e) La Consejería contempla la posible cesión de estos datos a otros órganos de Administraciones Públicas amparada en la legislación sectorial, además de los deberes de obligación legal.

003174D

19495



2. Distintivos de la Junta de Andalucía para las actividades de pesca-turismo, turismo marino y acuícola





4. Ejemplo de solicitud para Capitanía Marítima

Código Buque: 24962

Embarcación XXX	
Matrícula	3HU-X-X-X
Lista	3
Modalidad Artes Menores	
ESTADO Alta Definitiva	
Fecha:	09/06/2003
Alta en RCFP	
Fecha:	15/06/2001

CARACTERÍSTICAS DEL CASCO

Material **Poliéster**

Eslora Total **11,55m**

Arqueo GT **7,91**

MOTOR

Potencia: **133 CV**

Puerto Base

Ayamonte

XXXX con DNI XXXX patrón de la embarcación
XXX con matrícula XXX y XXX con DNI XXX
armador de dicha embarcación

SOLICITAN

Autorización para realizar la actividad de Pesca-Turismo contando con los medios de salvamento para todas las personas a bordo requeridos por Capitanía Marítima, así como el resto de medidas de seguridad establecidas por Inspección de Buques, siguiendo lo establecido en el Real Decreto 239/2019 y el decreto 129/2021 de la Junta de Andalucía.

La excursión consiste en difundir las actividades y productos del medio marino, así como las costumbres, tradiciones, cultura y patrimonio marineros, mientras se realiza la actividad de pesca. La duración de la misma está sujeta a los horarios establecidos por la normativa pesquera y siempre que las condiciones meteorológicas sean favorables.

El número de turistas a bordo será de un máximo de 4 personas y la tripulación de la embarcación es de 3 personas.

Podemos en conocimiento que el barco no tiene baño y que no cuenta con espacios a bordo habilitados para personas que requieran asistencia especial o con movilidad reducida.

Ayamonte, 20 de Octubre de 2022

Fdo.:

Fdo.:

Patrón

Armador

SR. CAPITÁN MARÍTIMO DE HUELVA



5. Ejemplo de Declaración Responsable



MINISTERIO
DE FOMENTO

SECRETARÍA DE ESTADO DE INFRAESTRUCTURAS,
TRANSPORTE Y TURISMO
SECRETARÍA DE GENERAL DE TRANSPORTE
Dirección General de la Marina Mercante
Capitanía Marítima de Huelva

DECLARACIÓN RESPONSABLE PARA LA PESCA-TURISMO

D. XXX con DNI XXXXX patrón de la embarcación XXX con matrícula XXXX y D. XXXXX con DNI XXXXX como armador de la citada embarcación.

Ambos declaramos lo siguiente:

1. Que el buque cuenta con medios de salvamento para todas las personas a bordo (balsa, chalecos, radio, etc.) de acuerdo con el RD 543/2007, de 27 de abril, por el que se determinan las normas de seguridad y de prevención de la contaminación a cumplir por los buques pesqueros menores de 24 metros de eslora (I) Anexo VI, y el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6).
2. Que los pasajeros reciben una charla sobre la forma de actuar en caso de emergencia y abandono del buque y las medidas de seguridad a cumplir y se les proporciona por escrito (en español e inglés) de acuerdo con el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.f).
3. Que los pasajeros están cubiertos por un seguro de responsabilidad civil de acuerdo con el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 7).
4. El Patrón, a quien pueda atender a la tripulación y al pasaje, posee el Certificado de Formación Sanitaria de acuerdo con la ORDEN PRE/646/2004, de 5 de marzo, por la que se establecen los contenidos mínimos de los programas de formación sanitaria específica y las condiciones para la expedición y homologación del certificado de formación sanitaria de los trabajadores del mar.
5. El botiquín reglamentario, según el tipo de navegación, esté al día de acuerdo con el y se dispone de un botiquín adicional tipo Balsas de Salvamento de acuerdo al RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.e).
6. Los pasajeros (án, durante toda la navegación), con sus chalecos salvavidas puestos de y serán de inflado automático con radiobaliza personal de 225,5 MHz. Asimismo todos las personas a bordo dispondrán de una plaza en balsa salvavidas y chalecos de respeto para abandono de buque a razón de uno por cada tres personas, incluidos los tripulantes. Todo ello de acuerdo al RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.b).
7. La tripulación está formada para saber tratar a los pasajeros y sobre todo para poder actuar en caso de emergencia y abandono del buque y se dispone de un cuadro de obligaciones e instrucciones para casos de emergencia de acuerdo al RD 239/2019 de 5



MINISTERIO
DE FOMENTO

SECRETARÍA DE ESTADO DE INFRAESTRUCTURAS,
TRANSPORTE Y TURISMO
SECRETARÍA DE GENERAL DE TRANSPORTE
Dirección General de la Marina Mercante
Capitanía Marítima de Huelva

de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.e).

8. Existe un lugar a bordo de la embarcación para los pasajeros, que les permita estar a salvo de la rotura de cables, carreteles, viradores, etc. De acuerdo con *el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.d)*
9. No se sobrepasa el número máximo de turistas estipulado por la Administración y sus certificados de acuerdo con *el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art. 6.1.h)*
10. La embarcación sólo navegará cuando las condiciones meteorológicas sean favorables y el patrón del buque se responsabilizará de que tanto las condiciones meteorológicas como las operativas del buque sean las adecuadas para la realización de la actividad, para lo cual se deberá contar con la predicción meteorológica, suministrada por la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET) mediante los boletines de alta mar y boletines costeros, de las zonas donde se pretende efectuar la actividad de pesca-turismo sin riesgo según establece *el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art.6.1.g).*
11. No está permitido el embarque de menores sin la autorización por escrito de padres o tutores y el patrón del buque se responsabilizará de las condiciones de seguridad en las que se realice el embarque de turistas. No admitirá el embarque de menores sin la autorización por escrito de padres o tutores, cuando no vayan acompañados por estos, ni de personas que requieran asistencia especial en condiciones que no sean compatibles con la práctica segura de la actividad.
Además, se requerirá la presentación del DNI o pasaporte válido de las personas a embarcar, de conformidad con la normativa reguladora del despacho de buques. Todo ello de acuerdo *al RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art.6.3).*
12. No está permitido el trabajo de los pasajeros de acuerdo con *el RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art.3).*
13. Además de lo anterior se garantiza:



MINISTERIO
DE FOMENTO

SECRETARÍA DE ESTADO DE INFRAESTRUCTURAS,
TRANSPORTE Y TURISMO
SECRETARÍA DE GENERAL DE TRANSPORTE
Dirección General de la Marina Mercante
Capitanía Marítima de Huelva

- Accesos al buque seguros para el embarque y desembarque de acuerdo con el RD 543/2007 anexo VI 18/19 y al RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art.6.1.a). La embarcación estará amarrada directamente al muelle, sin que haya otro buque o embarcación entre ambos.
- El patrón deberá anotar en el rol de despacho y dotación y comunicar a la capitanía marítima correspondiente con copia a Salvamento Marítimo, utilizando medios telemáticos, el nombre, apellidos, DNI o pasaporte y teléfono de un punto de contacto de cada uno de los turistas embarcados. Además, deberá mantener un registro en tierra de los mismos mientras dure la actividad de acuerdo al RD 239/2019 de 5 de abril por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo (art.3.3).
Mail Capitanía Marítima de Huelva: capitania.huelva@mitma.es
Mail Salvamento Marítimo: huelva@sasemar.es
- Protección contra caídas al agua con un barandilado o leques de regalo o barcos de mal tiempo, etc. De acuerdo con el RD 543/2007 anexo VI 1.7.
- Espacio disponible para poder descansar y ubicar a las personas con mareo o accidentadas, separados, dentro de lo que se pueda, de las zonas de trabajo.
- La higiene y habitabilidad para todo el personal a bordo de acuerdo con Real Decreto 1216/1997, de 18 de julio, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en el trabajo a bordo de los buques de pesca.

En Ayamonte, a 22 de Octubre de 2022.

El Patrón

El Armador



6. Ejemplo de Charlas de seguridad en español e inglés

Charla de seguridad del barco XXX

El embarque se realizará con el barco pegado al muelle y antes de salir de puerto, el patrón explicará el material de seguridad y sanitario de que dispone la embarcación (chalecos salvavidas, balsas salvavidas y botiquín). A continuación se realizará una visita al barco en la que se mostrará el emplazamiento de la balsa y extintores. Y se explicará el procedimiento de emergencias, tanto de abandono del buque, incendio, como de hombre al agua, señalándose un punto seguro y de reunión en el barco que será en Estribor en caso de incidencia o siniestro.

A.- En el caso de caída de hombre al agua, se debe alertar a la tripulación y en todo momento no debe perderse de vista a la víctima hasta que sea relevado por un miembro de la tripulación de tal forma que el patrón pueda maniobrar el barco y proceder a su recuperación. Si es usted la persona que ha caído al agua, no nade excepto que se encuentre muy cerca de un lugar seguro y flote lo más quieto posible en el agua con las rodillas encogidas sobre el pecho y las manos metidas bajo el chaleco salvavidas.

B.- En el caso de que se produzca una vía de agua y se tenga que proceder al abandono del barco será alertado de esta circunstancia. Los pasajeros se dirigirán al punto de encuentro seguro establecido inicialmente de manera ordenada y sólo abandonarán el barco cuando se lo diga el capitán o la persona encargada. La tripulación les ayudará a subir a la balsa de salvamento. Si es necesario saltar, colóquese en el borde de la cubierta. Compruebe que no haya nada debajo. Tápese nariz y boca. Mire delante suya y mantenga los pies juntos.

C.- Si descubre un incendio, avise inmediatamente a cualquier miembro de la tripulación y acuda al punto de reunión establecido inicialmente esperando a recibir instrucciones. La tripulación empleará los extintores para apagar el fuego y activarán el resto de medidas contra incendios.

Una vez concluida la charla de seguridad, se continúa con la visita a cada zona del barco y se explica dónde deben colocarse los visitantes en función de la actividad pesquera que se desarrolla en cada momento:

1.- Navegando: Los turistas se colocarán en Estribor y Proa.

2.- Faenando: Los turistas evitarán la zona de Babor y Popa.

(Más detalles sobre dónde se colocan los turistas en el esquema del plano del barco)

Una vez finalizada la charla se entrega a los turistas el chaleco salvavidas para que se lo pongan antes de que el barco inicie la navegación y que deben llevar puesto en todo momento hasta que finalice la jornada. El patrón comprobará que los chalecos están perfectamente puestos.

(Se adjunta otro documento más gráfico con instrucciones para los turistas)



Talk about safety in the XXX's boat:

The boarding will be done with the boat attached to the dock and before leaving port, the captain will explain the safety and sanitary material available in the boat (life jackets, life rafts and first aid kit). Next, there will be a tour of the boat where the captain will show you the location of rafts, as well as the fire extinguishers. Besides, he will explain the emergency procedure, the abandonment of the ship, fire, and man overboard indicating a safe meeting point on the ship which will be at starboard in case of incident or accident.

A.- In the case of a man falling into the water, the crew must be alerted and at all times the victim must be in view all the time until he is relieved by a member of the crew so that the captain can manoeuvre the ship and proceed with its recovery. If you are the person who has fallen into the water, do not swim unless you are very close to a safe place and float as still as possible in the water with your knees drawn up on your chest and your hands tucked under your lifejacket.

B.- In the event that a waterway is produced and the boat must abandon, it will be alerted to this circumstance. Passengers will go to the safe meeting point (initially established) in an orderly manner and will only leave the ship when the captain or the person in charge indicates. The crew will help them to get on the life raft. If it is necessary to jump, stand on the edge of the cover. Check that there is nothing underneath. Cover your nose and mouth. Look in front of you and keep your feet together.

C.- If you discover a fire, immediately notify any member of the crew and go to the meeting point (initially established) waiting to receive instructions. The crew will use the fire extinguishers to put out the fire and activate the rest of the fire-fighting measures.

Once the talk about safety is over, we continue with the visit to each area of the ship and explain where visitors should be placed according to the fishing activity that takes place at each moment:

- 1.- Sailing: The tourists will be placed at starboard and bow.
- 2.- Fishing: Tourists will avoid the larboard and stern zone.

(More details on where the tourists are placed in the outline of the ship's map)

Once the talk is over, the lifejacket is given to the tourists so they can wear it before the boat starts sailing and they must wear it all the time until the end of the day. The captain will check that the jackets are perfectly put.

(Attached is another more graphic document with instructions for tourists)



7. Documentos complementarios sobre la seguridad a bordo de un barco de pesca

Seguridad a bordo.

Safety on board.




Estás a bordo de un barco de pesca profesional. Ten en cuenta que un pesquero es un centro de trabajo muy especial: se trata de un espacio reducido que es móvil, inestable, va provisto de maquinaria y equipos de trabajo, y desarrolla su actividad en el mar.

You are on board a professional fishing boat. Keep in mind that a fishing boat is a very special workplace. It is small, mobile, unstable, equipped with machinery, and carries out its activity at sea.

Si tienes alguna duda después de la explicación sobre las normas y procedimientos de seguridad a bordo, por favor consulta con la persona responsable. Es muy importante que tengas claro cómo proceder en caso de emergencia.

If you have any questions after the explanation about the safety rules and procedures on board, please consult with the person responsible. It is very important that you know how to proceed in case of emergency.

Sigue en todo momento las indicaciones de la tripulación. Recuerda que una vez embarcado debes respetar las normas de seguridad y buen orden bajo la autoridad del patrón de la embarcación.

Follow at any time the instructions of the crew. Remember that once on board you must respect the safety and an board rules under the authority of the boat's skipper.



Presta atención a la señalización, respeta las normas de seguridad y las áreas transitables en cada etapa de la navegación, en especial, mientras se realizan las maniobras de pesca. Mantente en la zona delimitada y no las interfieras, puede ser peligroso. Consulta el plano de la cara de atrás.

Pay attention to the signs, respect the safety rules and the passable areas at each stage of the trip, especially when carrying out the fishing maneuvers. Stay in the delimited area and do not interfere them, it can be dangerous. Please, see the plan in the back side.



Lleva puesto el chaleco salvavidas mientras permanezcas a bordo. Comprueba que te queda ajustado y bien sujeto. No te pongas nunca ropa sobre el mismo.

Wear your life jacket while you are on board. Check that it is tight and securely fastened. Never wear clothing over it.



Evita asomarte por la borda, especialmente con oleaje. En caso de que presencias una caída da el aviso gritando "¡hombre al agua!"

Avoid peaking out overboard, especially with waves. In case you see a fall, warn shouting "man overboard!" or "hombre al agua!"



Presta especial atención cuando te desplaces por escaleras y cubierta: aunque las zonas transitables tienen un tratamiento antideslizante, este no elimina el riesgo al 100%.

Pay special attention when moving up stairs and on deck: although passable areas have a non-slip treatment, it does not completely eliminate the risk of fall.



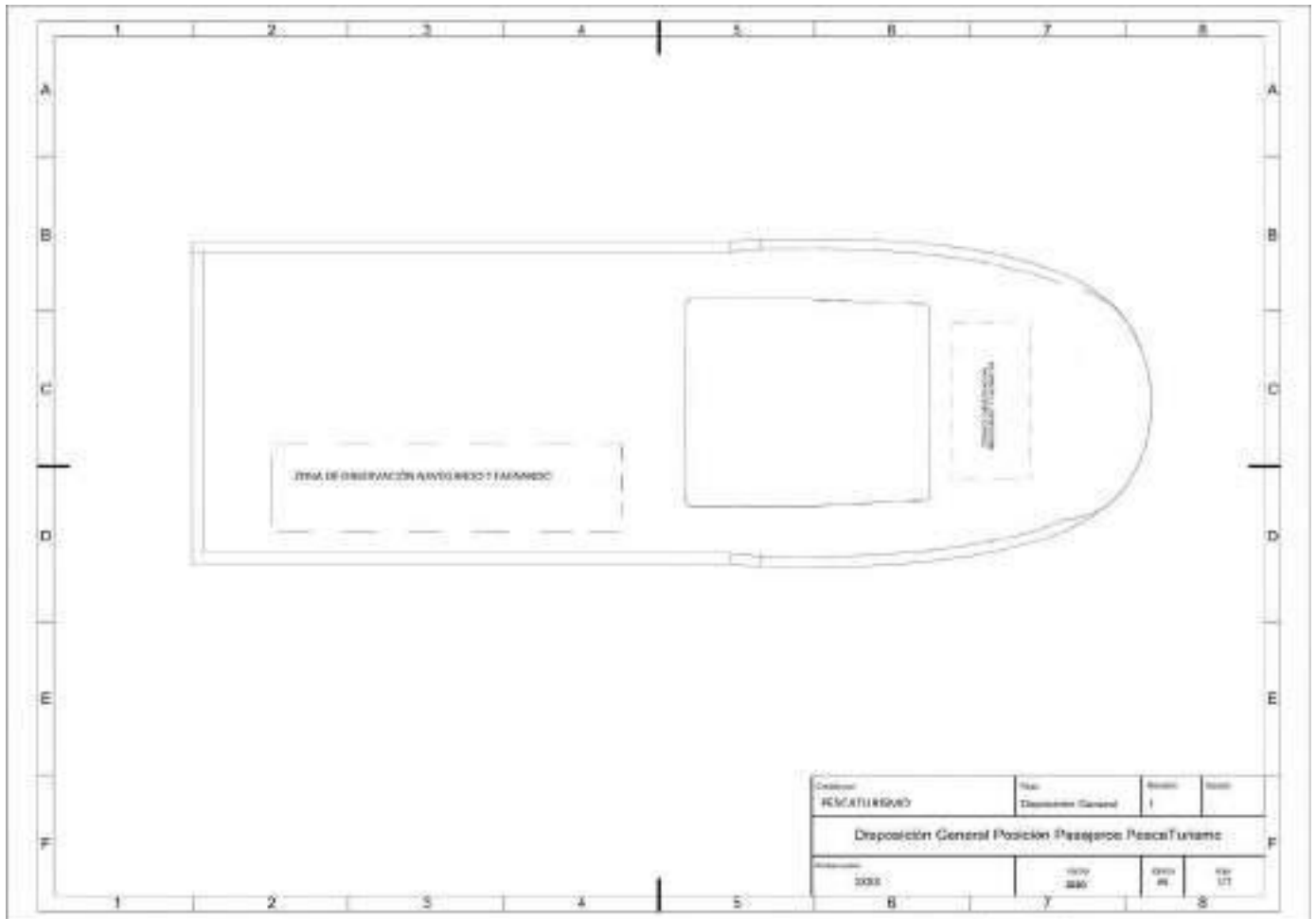
Ante cualquier emergencia se escuchará una señal acústica de alarma. Proceder de manera ordenada, no te entretengas recogiendo objetos personales, dirígete al punto de encuentro y sigue las instrucciones de la tripulación.

In case of emergency you will hear an acoustic alarm signal. Please, proceed in an orderly manner, do not waste time picking up personal belongings, go to the meeting point and follow the crew's instructions.



8. Ejemplos de planos con la disposición de los turistas en un barco de artes menores y en otro de arrastre

— Plano de artes menores





Plano barco de arrastre





9. Ejemplo de cuadro orgánico para 3 tripulantes adaptado a pesca-turismo

CUADRO DE OBLIGACIONES Y EMERGENCIA NOMBRE • MATRÍCULA	TELÉFONO TOTAL: 0000 00 MÓVIL: 000 00 00000, 0000 00 00000 00 0000 POTENCIA MOTOR: 000 CV	CAPACIDAD DE CARGA: 0000 NÚMERO DE VIDA: 0000000000	PUERTO BASE: 0000000000 MOBILIDAD: 0000000000 PES: 00000000000000
-------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

EQUIPO DE SEGURIDAD Y CONTRAINCENDIOS								
Balsa salvavidas	1		Extintores	2		Señales pirotécnicas	3+3	
Chalecos de abandono	6		Baldes	3		Radiobaliza satelitaria	1	
Chalecos con radiobaliza	6		Bomba contra incendios	1		Hacha	1	-
Aros salvavidas	2		Manguera contra incendios	1		--	-	-
Botiquín	1		Bocas contra incendios	1		--	-	-

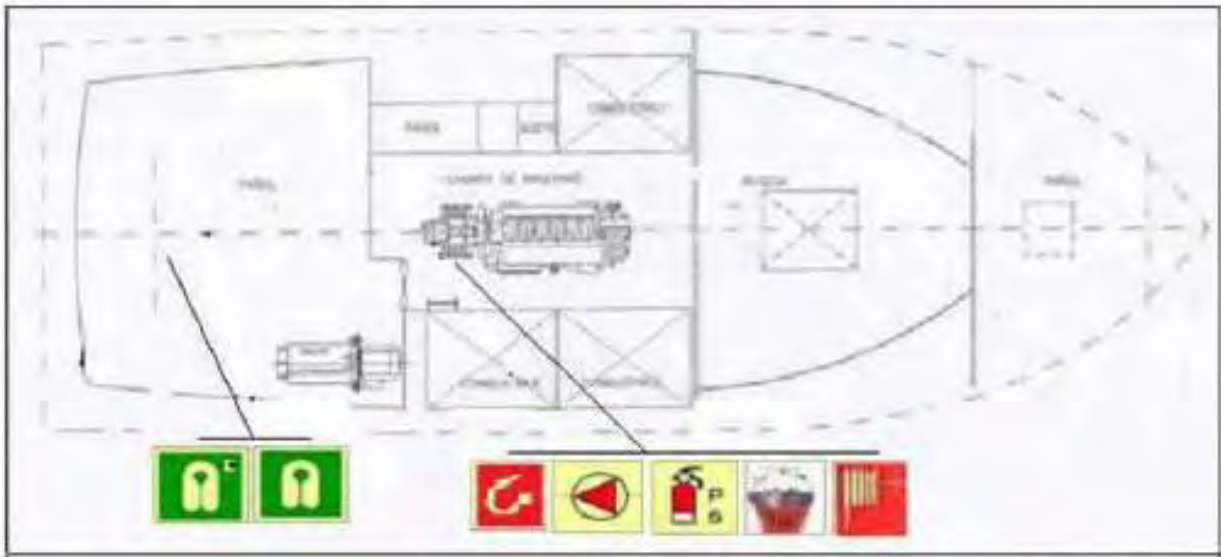
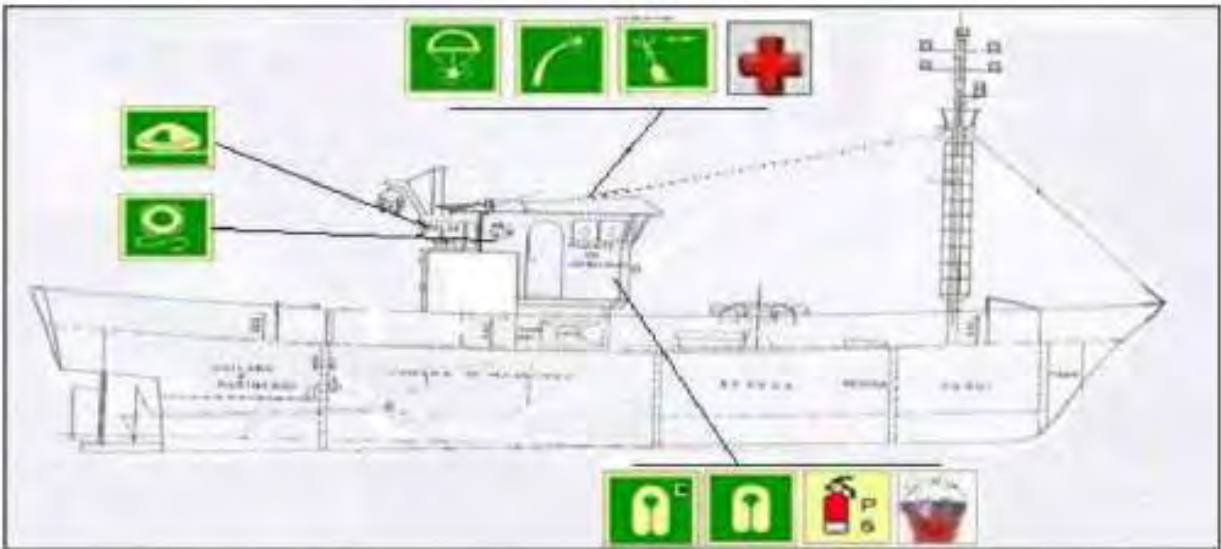
	INCENDIO	PELIGRO	ABANDONO	HOMBRE AL AGUA
SEÑAL ALARMA	2 pitidos cortos + 1 largo	3 pitidos cortos + 1 largo, 2 A	3 pitidos cortos + 1 largo	3 pitidos largos
PATRÓN	Déjelo operar como, atiendo las comunicaciones y abando la balsa de abandono. Informa a tripulantes y a otros.	Déjelo operar como, atiendo las comunicaciones y abando la balsa de abandono.	Ordene abandono al estar formada la balsa y déjelo operar como. Borrar la comunicación, la radiobaliza, las señales pirotécnicas y el botiquín. Informa a los tripulantes y técnicos. Emborace en el momento en la balsa, para su conservación, que no haya nada a bordo, por medio de radiobaliza y el transmisor de radio.	Cuente la balsa por dentro para la personal y el material a bordo.
MARINERO	Prepara la balsa (C), para la ventilación, hasta la cubierta eléctrica, asegure cómo sea que se cierre de combustible, informe al patrón y técnicos de la evolución de la balsa.	Vigile la balsa abierta en la popa y a babor, asegure el suministro eléctrico, asegure el escape de los gases de los tanques.	Trápanse que la balsa. Borrar la comunicación los cables de radiobaliza. Déjelo la balsa en el momento de la balsa. Haga maltrato, tierra mucha de fondo y la evolución de la balsa.	Abrir y emborace en el momento en caso de ser necesario, excepto al momento.
MARINERO 1	Usar manguera de la balsa, siempre que acepte a la balsa y asegure a babor incendio en babor. Cierre portillo, nunca a los tanques.	Evite apartarse del control, cierre balsa y portillo.	Aster la balsa mejor procedimiento de combustible, dejando la balsa en el momento de la balsa a babor y, para protección de combustible, asegure, borrar la comunicación.	Emborace en el momento en caso de ser necesario.

TRIPULACIÓN	SUSTITUTO	
MÍNIMA DE SEGURIDAD	PATRON	MECANICO
	MECÁNICO	MARINERO1
	MARINERO 1	
OTROS	MARINERO 2 MARINERO 3 MARINERO 4 MARINERO 5	

CUADRILLAS CONTRA INCENDIOS	
(Este cuadro solo se incluirá para dotaciones superiores a 6 tripulantes)	
Cuadrilla A	MARINERO 1
	MARINERO 3
	MARINERO 5
Cuadrilla B	MECÁNICO
	MARINERO 2
	MARINERO 4



PLANO DE EQUIPOS DE SALVAMENTO Y CONTRAINCENDIOS






INSTRUCCIONES GENERALES	
FORMACIÓN	Los tripulantes deben: Poseer formación en materia de seguridad y CI; conocer el equipo de seguridad y su ubicación a bordo. Familiarizarse con este cuadro de obligaciones y realizar un ejercicio de abandono mensual y CI cada dos meses.
INCENDIO	Al detectarse un incendio se avisará inmediatamente, después se cumplirá la misión asignada en este cuadro. Se cerrarán puertas y aperturas de ventilación. Se cortará el suministro de cualquier combustible y la corriente eléctrica en la zona afectada.
HOMBRE AL AGUA	Al ver caer un tripulante o turista al agua: Se da la voz "HOMBRE AL AGUA POR BR/ER" y se tratará de no perder de vista al accidentado; Se lanzan todos los aros, se para máquinas y se cae a la banda anunciada para recogerlo.
MANTENIMIENTO	El responsable del mantenimiento de los equipos y dispositivo de salvamento y contra-incendios será el mecánico. Se revisará al menos cada 30 días..
MAL TIEMPO	En caso de mal tiempo la tripulación llevará puesto los chalecos salvavidas de trabajo dotados de luz, además se arrancharán el barco, trincando elementos sueltos y cerrando las aberturas estancas. Los turistas siempre llevaran puesto el chaleco salvavidas.
LLAMADA DE SOCORRO DE VHF	1º Levantar la tapa del equipo LSD, pulsar el botón rojo (más de 3 segundos). 2º Seleccionar el canal 16 de VHF o la frecuencia 2182 Khz de OM. 3º Usar el micrófono y transmitir la siguiente información: "meidei, meidei, meidei, aquí pesquero "nombre" (3 veces), distintivo de llamada u otra identificación, MMSI, "meidei", pesquero "nombre" (1 vez), posición, naturaleza del socorro, tipo de asistencia requerida y cualquier otra información de utilidad.
TURISTAS	Los turistas ante cualquier situación de peligro, incendio, hombre al agua y abandono deben mantener la calma y seguir en todo momento las instrucciones de la tripulación.

EL CAPITÁN MARITIMO	EL INSPECTOR DE SEGURIDAD MARITIMA	EL PATRÓN
<p>Fecha: / /</p>		



10. Ejemplo de certificado de cumplimiento de Capitanía

RECORRIDO DE FIRMAS
 MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA
 DIRECCIÓN GENERAL DE LA MARINA MERCANTE
 CAPITANÍA MARÍTIMA DE PALMA



MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

SECRETARÍA DE ESTADO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA
 SECRETARÍA GENERAL DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD
Dirección General de la Marina Mercante
Capitanía Marítima de Palma

Asunto: Informe sobre condiciones de pesca-turismo.
Embarcación de pesca litoral
NIB:
MATRÍCULA:

La Ley 23/2014, de 26 de Diciembre, por la que se modifica la Ley 1/2001, de Pesca Abitativa del Estado, así como, en su art. 2, la definición de la actividad de pesca-turismo y en su art. 73 de las Comisiones de la pesca-turismo, el artículo 1 establece la necesidad de contar con el mismo procedimiento de la vida humana en la mar, y de la prevención de la contaminación. En desarrollo de lo mismo el RD 239/2019 de 3 de Abril de 2019 establece en su artículo 17 que dicho informe se expedirá a solicitud del armador del buque. En consecuencia y vista su solicitud de fecha 26 de noviembre de 2020, recibida el 31 de julio de 2020, la documentación aportada, y las visitas realizadas por el departamento de inspección de esta Capitanía, procede emitir informe FAVORABLE.

- El **D. [Nombre]** (patron de la embarcación) **[Nombre]** (representante de Pesca de Litoral S.L., armador de la embarcación, en fecha 12 de noviembre de 2020, aportó el documento 'Declaración responsable para la pesca-turismo', ante esta Capitanía Abitativa.
- El armador ha aportado documentación el resumen de la charla informativa de seguridad que el patron de la embarcación impartió a los turistas a bordo del barco y la indicación mediante signos de las zonas permitidas para las visitas en cada etapa de la jornada de pesca y navegación, firmada.

El buque **[Nombre]**, con NIB **[NIB]**, cumple con las condiciones de seguridad y habitabilidad para desarrollar la pesca-turismo según lo indicado en el artículo 6 del Real Decreto 239/2019 de 3 de abril, por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo, por lo que:

- a) Dispone de medios de acceso seguros para los turistas, NO incluidas, en su caso, las personas con discapacidad. El embarque y desembarque se realizará en todo caso en los puertos donde el buque vaya a ejercer su actividad extractiva principal.
- b) Dispone de los elementos de salvamento y seguridad en número y tipo suficientes para 4 turistas.

En particular, para cada uno de los turistas que el buque pueda embarcar se dispone de un chaleco salvavidas para abandono de buque, correspondiente a la edad de la persona, excepto en buques de eslora (L) igual o menor de 12 metros en los que

Oficina: Marítima 1
 Calle Postal: 07001
 Teléfono: 971 211571
 Fax: 971 71 0372



FIRMADO



MINISTERIO
DE TRANSPORTES, MOVILIDAD
Y AGENDA URBANA

SECRETARÍA DE ESTADO DE
TRANSPORTES, MOVILIDAD Y
AGENDA URBANA

SECRETARÍA GENERAL DE
TRANSPORTES Y MOVILIDAD

Dirección General de la
Marina Mercante

Capitanía Marítima de Palma

el turista puede llevar únicamente el chaleco de inflado automático, así como de una plaza en balsa salvavidas.

Asimismo, dispone de chalecos de respeto para abandono de buque a razón de uno por cada seis personas, incluidos los tripulantes.

Mientras permanezcan sobre cubierta, los turistas llevarán puesto un chaleco o dispositivo salvavidas de inflado automático, distinto del chaleco para abandono de buque, que, sin entorpecer sus movimientos, sea apto para mantenerlos a flote en caso de caída al agua. Estos chalecos salvavidas llevarán incorporada una radiobaliza personal que funcione en la frecuencia de 121.5 MHz que se activará automáticamente en caso de caída de la persona al agua.

c) Dispone de un botiquín tipo Balsas de Salvamento, según lo prescrito en el Real Decreto 258/1999, de 12 de febrero, para cubrir las necesidades de asistencia sanitaria que pudiera precisar el resto de personas que embarquen.

d) NO Existen espacios a bordo, adaptados para personas con discapacidad, en su caso. Existen zonas en las que los turistas se encuentran libres de peligro y se prohibirá el acceso a determinadas zonas del buque durante las maniobras que entrañen riesgo. Estos espacios están adecuadamente delimitados, el piso es antideslizante para evitar caídas y están provistos de asideros donde puedan sujetarse los turistas.

Está prohibido el acceso de los turistas a los puestos de control, espacios de servicio, espacios de máquinas y determinadas zonas del buque durante las maniobras que entrañen riesgo. Los elementos rotatorios y calientes estarán debidamente protegidos y fuera del alcance del turista.

El manejo de las artes de pesca y de los elementos auxiliares se realizará teniendo en cuenta en todo momento la presencia a bordo de personas no familiarizadas con la actividad pesquera.

e) La tripulación mínima de seguridad será de **4 tripulantes** cuando se realice la actividad de pesca-turismo. El buque dispone de cuadro de obligaciones e instrucciones para casos de emergencia, teniendo en cuenta que al menos uno de los tripulantes debe atender las necesidades de los turistas en esos casos.

f) Con antelación al desatracado se proporcionará por escrito a los turistas toda la información sobre el buque, unas recomendaciones sobre las medidas de seguridad a cumplir y se les explicarán las condiciones en las que se realizará la actividad de acuerdo con el Real Decreto 1216/1997, de 18 de julio, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en el trabajo a bordo de los buques de

FIRMADO por JOSÉ PERNANDO ESCALAS FORCEL, a fecha: 05/08/2020 12:42 PM.
Número de registro: 20200100033599 a, a fecha: 12/06/2020 01:52 PM.
Total folios: 3 (2 de 3) - Código Seguro de Verificación: WFD00245808690CB924064C24E53
Verificable en: <https://sede.mtma.gob.es>.

FIRMADO por JOSÉ PERNANDO ESCALAS FORCEL, a fecha: 05/08/2020 12:42 PM.
Número de registro: 20200100033599 a, a fecha: 12/06/2020 01:52 PM.
Total folios: 3 (2 de 3) - Código Seguro de Verificación: WFD00245808690CB924064C24E53
Verificable en: <https://sede.mtma.gob.es>.

Dirección: Muelle Viejo, 1
Código Postal: 07071
Teléfono: 971 711371
Fax: 971 711372



FIRMADO



MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

SECRETARIA DE ESTADO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA
SECRETARIA GENERAL DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD
Dirección General de la Marina Mercante

Capitanía Marítima de Palma

pesca. La información deberá estar al menos en inglés y español; asimismo, el patrón se asegurará de que los turistas comprenden el contenido de dicha información.

g) El patrón del buque se responsabilizará de que tanto las condiciones meteorológicas como las operativas del buque sean las adecuadas para la realización de la actividad, para lo cual se deberá contar con la predicción meteorológica, suministrada por la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET) mediante los boletines de alta mar y boletines costeros, de las zonas donde se pretende efectuar la actividad de pesca-turismo sin riesgo.

Además, el patrón del buque se responsabiliza de las condiciones de seguridad en las que se realice el embarque de turistas. No admitirá el embarque de menores sin la autorización por escrito de padres o tutores, cuando no vayan acompañados por estos, ni de personas que requieran asistencia especial en condiciones que no sean compatibles con la práctica segura de la actividad.

Los turistas están sometidos a las normas de seguridad, disciplina y buen orden bajo la autoridad del patrón o capitán del buque.

En el trámite de despacho de la embarcación para la actividad de pesca-turismo, se deberá aportar el seguro de responsabilidad civil en vigor a que se refiere el artículo 7 del RD 239/2019 y el título habilitante establecido en el decreto del Govern Balear 22/2016 por el que se regulan las medidas para la diversificación del sector pesquero y acuícola en las Illes Balears.

El presente documento perderá su validez cuando cualquiera de las condiciones de seguridad y habilitación requeridas se modifique.

En Palma, a 5 de agosto de 2020
EL CAPITAN MARITIMO DE PALMA

- José Fernando Escalés Porcel -

Subdirector General del Cuadro Nacional
SECRETARIA GENERAL DE PESCA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

CC Subdirector General de Seguridad, Conferenciación e Inspección Marítima.
DIRECCION GENERAL DE LA MARINA MERCANTE

Cc Director General de Pesca i Medi Marí
DIRECCIO GENERAL DE PESCA I MEDI MARI

CC Sr. Armero propietario de la embarcación HOU CAPDEPERA

Firmado por: JOSE FERNANDO ESCALES PORCEL. A fecha: 05/08/2020 12:41 PM
Número de registro: 32005000030994. A fecha: 13/07/2020 01:52 PM
Total: 0000: 3 13 de 31 - Código Seguro de Verificación: MFD0402588588407C08924034C1AE3E
Verificable en: <https://sede.mtma.gob.es>



Dirección: Muelle Viejo, 1
Código Postal: 07071
Teléfono: 971 711371
Fax: 971 711372



11. Ejemplo de certificado de seguro para Capitanía

**murimarseguros**

MUTUA DE RIESGO MARÍTIMO, S.A.D. DE SEGUROS A PRIMA FIJA,
(MURIMAR), con CIF 078547148, y domicilio en calle Orense, 58, 6º, 28020 de
Madrid.

CERTIFICA

Que el Tomador _____ con NIF _____, tiene
contratado con esta compañía póliza de seguro _____ para la
embarcación _____ con matrícula _____, que contempla las siguientes
coberturas para las personas que se dediquen a la actividad de pesca turismo.

- Cobertura de RC, según el RD 239/2019, de 5 de abril, por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo, donde se cubra los daños personales de todos los turistas derivados de dicha actividad en las cuantías previstas en el Reglamento del seguro de responsabilidad civil de suscripción obligatoria para embarcaciones de recreo o deportivas, aprobado por el Real Decreto 607/1999, de 16 de abril.

SUMAS ASEGURADAS:

- Para daños personales: Límite de 120.202,41 € por víctima con un límite máximo de 240.404,84 € por siniestro.
- Para daños materiales y pérdidas económicas: Límite de 96.161,94 € por siniestro.

A los efectos oportunos, se firma el presente certificado en Madrid a 15 de octubre de 2.020.





12. Ejemplo del certificado de un buque despachado para pesca-turismo

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA
SECRETARÍA DE ESTADO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

SECRETARÍA GENERAL DE TRANSPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DE LA MARINA MERCANTE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN
SECRETARÍA GENERAL DE PESCA

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES
INSTITUTO SOCIAL DE LA MARINA

RESOLUCIÓN DE DESPACHO

IDENTIFICACIÓN DEL BUQUE

NOMBRE DEL BUQUE:
MATRÍCULA:
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DEL BUQUE:
CÓDIGO DEL BUQUE EN LA FLOTA PESQUERA DE LA UE:

DATOS DESPACHO

ENFRADA Pto. Proveniencia: ALCUDÍA Fecha Infrada: 06/05/2021 Pto. Destino: ALCUDÍA	DESPACHO Fecha de despacho: 06/05/2021 Fecha de salida despacho: 06/05/2021 21:59 Fecha de entrada: 06/05/2021 09:54
DESTINO - Pto. Destino:	
FINALIZA Fecha de Finalización: 06/05/2021	
TIPO DE NAVIGACIÓN AUTORIZADA: PESQUEROS	
Navegantes ante las órdenes de las autoridades correspondientes a las limitaciones y restricciones impuestas de aplicación para el embarque de sus tripulantes, la dotación mínima de seguridad asignada, así como del tipo de navegación y limitaciones indicadas en los certificados del buque. En el caso en que desarrollen actividad pesquera, deberá realizarse en el caladero autorizado, conforme a la modalidad y reglamentación correspondiente, según el caso y las autorizaciones, resoluciones y órdenes emitidas por las autoridades competentes.	
NÚMERO DE TRIPULANTES A BORDO: 4	PERSONAL AJENO A LA TRIPULACIÓN: 0

OBSERVACIONES AL DESPACHO:

PESCA AUTORIZADA Y PESCA TURISMO SEGUN AUTORIZACION DE MARINA MERCANTE. MAX. TURISTAS A BORDO: 4

AUTORIZACIONES DE PESCA: LICENCIAS Y PERMISOS TEMPORALES DE PESCA

GENERO	TIPUS DE LICENCIA	FECHA EMISION	FECHA CADUCIDAD	AUTORIZACION
CALADERO NACIONAL MEDITERRANEO (Arroz de Ender) Phi Pi Gamma	PRINCIPAL	01/01/2021	31/12/2021	
AUTORIZACION PESCA TURISMO	PRINCIPAL	05/01/2020	31/12/2020	
CALADERO NACIONAL MEDITERRANEO (Arroz de Ender)	PRINCIPAL	26/04/2021	26/09/2021	

Número de identificación del Buque: 25273
Fecha Despacho: 06/05/2021

Código Pesca del Buque: 22223
Despacho N° 81

Fecha entrada: 06/05/2021 Página 1 de 4



14. Cartel anunciador de hojas de reclamación



Este establecimiento tiene hojas de quejas y reclamaciones a disposición de las personas consumidoras o usuarias que las soliciten.

This establishment has claim and complaint forms available to consumers or users that request them.

Para más información / For more information:
www.consumeresponde.es - consumeresponde@juntadeandalucia.es
Teléfono gratuito: 900 21 50 80



BIBLIOGRAFÍA





Para la confección de este estudio y, en concreto, del diagnóstico del sector pesquero en el Golfo de Cádiz se ha seguido una metodología de análisis participativa con la que se ha pretendido escuchar y recoger las opiniones y demandas del sector, su problemática del día a día y las inquietudes sobre su futuro, para lo que se han realizado más de una treintena de entrevistas en profundidad, tanto con responsables de los sectores relacionados de Huelva y Cádiz, como con otras personas de relevancia a nivel nacional vinculadas a las actividades de pesca-turismo, turismo marino y pesquero y turismo acuícola. Además, se ha analizado pormenorizadamente las normativas relacionadas y otros estudios pioneros a nivel nacional como el proyecto SAGITAL y más actuales como el Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz.

Además, para darle un sentido práctico y que este estudio pueda servir de guía para poder desarrollar estas actividades, se ha empleado la base de datos de Pescaturismo, que comercializa desde 2017 prácticamente la totalidad de las embarcaciones que realizan pesca-turismo en España. También ha servido de base para este plan de viabilidad la cualificación profesional de pesca-turismo y turismo marino del ministerio de Educación, que está publicada en el BOE (Real Decreto 884/2022 de 18 de octubre).

1. Entrevistas

- Alejandro Andray (Capitán Marítimo de Huelva)
- Ana Núñez Velasco (Subdirectora General Adjunta de Marina Mercante)
- Natalia Moreno Laguna (Subdirectora Adjunta de Sostenibilidad Económica y Asuntos Sociales de la Secretaría General de Pesca)
- Bartolomé Melguizo (Gerente GALP Costa Occidental de Huelva)
- José Javier Marco (Gerente del GALP Comarca Noroeste de Cádiz)
- Nicolás Fernández (Presidente del GALP Cádiz Estrecho y secretario de la cofradía de Conil)
- María José Domínguez (Gerente del GALP Cádiz Estrecho)
- Daniel Manzanero (Secretario de la Cofradía de Tarifa)
- José Javier Macías (Técnico de la Cofradía de Sanlúcar)
- Andrea López (Responsable de las visitas a la lonja de Sanlúcar)
- Manuel Mellado (Presidente de la Asociación de Productores de Chipiona)
- Antonio Ares (Presidente de los Armadores del Puerto de Santa María)
- Juan José González (Presidente de la Cooperativa de Pescadores de Rota)
- Raimundo Díaz Alcedo (Secretario de la asociación de mariscadores de corrales JARIFE)
- David Campos (Presidente de la asociación de corrales de Rota)
- Inés Domínguez (Gerente de la Asociación de Productores de Barbate APP N.º 6)
- Manuel Cid (Asociación de Productores de Barbate APP N.º 13)
- Rafael Fernández (Secretario de la Asociación de Mariscadores de Isla Cristina)
- José Carlos Escalera (Organización de Productores Pesqueros de Atunara/La Línea)
- Manuel Fernández (Patrón Mayor de la Cofradía de Pescadores de Punta Umbría)
- Alonso Abreu (Presidente de la Asociación de Armadores de Ayamonte)
- Francisco Martínez (Presidente de la Asociación de Armadores de Isla Cristina)
- Mariano García (Patrón Mayor de la Cofradía de Pescadores de Isla Cristina)
- Agustín Rodríguez (Secretario de la Cofradía de Pescadores de Lepe)
- Eli Villafaina (Técnica del Consorcio de Turismo Costa Occidental de Huelva)
- Juan Antonio Armenta (ingeniero naval)
- Rafaela Bauzá (Jefa del servicio de ayudas de la Unión Europea para pesca en Baleares)
- Olga Capote (pescadora de Alcudia)
- Javier Costa (patrón mayor de Cangas)
- Sauro Martínez (patrón mayor de Sanxenxo)
- María José Cacabelos (mariscadoras de Cambados)
- Rita Vidal (mariscadoras de Carril)
- Cristóbal García (empresario de golondrinas en Mallorca para avistamiento de delfines)
- Shonia Cruz CEO de Turismo Marino Costa del Sol y Mar Consultoras)
- Beatriz Almarcha (CEO de Pescaturismo Costa Blanca y Ociomar)
- Paco Gracia (Trip and Feel)
- Xisco Cañellas (Artblau)



2. Bibliografía

- Ley 33/2014, de 26 de diciembre, por la que se modifica la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado
- Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía
- Ley 47/2015, de 21 de octubre, reguladora de la protección social de las personas trabajadoras del sector marítimo-pesquero.
- Real Decreto 239/2019, de 5 de abril, por el que se establecen las condiciones para el desarrollo de la actividad de pesca-turismo
- Real Decreto 1216/1997, de 18 de julio, por el que se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud en el trabajo a bordo de los buques de pesca
- Real Decreto 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos
- Real Decreto 418/2015, de 29 de mayo, por el que se regula la primera venta de los productos pesqueros
- Decreto 129/2021, de 30 de marzo, por el que se regula y fomenta la actividad de pesca-turismo y otras actividades de diversificación pesquera y acuícola en la Comunidad Autónoma de Andalucía
- Decreto 418/2015, de 29 de mayo, por el que se regula la primera venta de los productos pesqueros
- Ministerial Declaration on a regional plan of action for small-scale fisheries in the mediterranean and the black sea (2018)
- El Reglamento (UE) n.º 1380/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2013 sobre la Política Pesquera Común
- Reglamento UE 508/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativo al Fondo Europeo Marítimo y de Pesca
- Reglamento UE 2021/1139 del parlamento europeo y del Consejo de 7 de julio de 2021 por el que se establece el fondo europeo marítimo, de pesca y de acuicultura
- Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas (2015)
- Gobierno de España. Informe ejecutivo. Implantación de la Agenda 2030
- Plan de acción regional para la pesca artesanal en el Mediterráneo y el Mar Negro (FAO) (2021)
- Secretaría General de Pesca. Programa Operativo del Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura 2021- 2027 (2021)
- Secretaría General de Pesca. Informe anual de la actividad de la flota pesquera española (2021).
- Plan Estratégico de la Pesca del Golfo de Cádiz (2022)
- Plan Estratégico de la Pesca Litoral de Cádiz Estrecho (2022)
- Balance al año turístico en Andalucía de 2019 de la Junta de Andalucía
- Diagnóstico estratégico de la actividad de Pesca-turismo en España (2013)
- el Plan estratégico de diversificación pesquera y acuícola 2013-2020, (Plan Diverpes) del Ministerio de Agricultura y pesca / Proyecto SAGITAL
- Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero del Ministerio de Agricultura y Pesca
- La pesca y el turismo: Fuente de beneficios para la comunidad. Farnet Guía 9 (2014)
- Cuadernos de Turismo: El desarrollo del turismo marinerero en España: Diferencias regionales (Daniel Moreno. Universidad de Murcia) (2021)
- Cuadernos de Turismo: Viajar con la tradición. Los pescadores artesanales ante la pesca-turismo en la Comunidad Valenciana (Paloma Herrera, Luis Mirety y Emmánuel Lizcano)
- Cuadernos de turismo: El turismo marinerero como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino (2020)
- Cuadernos de Turismo: Aportación a los conceptos de turismo marinerero/pesquero y pesca-turismo (Daniel Moreno. Universidad de Murcia) (2018)
- Estrategia Marítima de Cataluña 2030. Plan estratégico (2019)
- La pesca recreativa y el turismo de 2009 (premio de investigación del Consejo Social y Económico de Baleares
- Estudio sobre Productos turísticos emergentes en las Illes Balears. Cámara de Comercio de Mallorca (2010)
- Turismo pesquero: experiencias en Europa y España (Papeles de Economía Española) (2011)
- Estudio socioeconómico de la pesca recreativa en el Mediterráneo español del Ministerio de Agricultura y Pesca (2005)
- El turismo marinerero, nuevas actividades de diversificación para las comunidades costeras en Andalucía y Galicia (2012)
- Pescaturismo una alternativa a la pesca extractiva profesional (Estudio de la Organización de armadores de pesca de Cataluña)
- Pesca-Turismo. Estudio de viabilidad técnica y económica de los barcos de arrastre del Puerto de Barcelona para desarrollar la actividad de Pesca-Turismo (2013)
- Criterios de selección para la concesión de las ayudas en el marco del programa operativo del FEMP. Ministerio de Agricultura y Pesca (2021)
- Guía europea para la prevención de riesgos en pequeños buques de pesca de la Comisión Europea (2016)
- El arte de cautivar de Guy Kawasaki (2011)
- Artes de pesca (Documento de Fedepesca)
- Manual SEO/BirdLife de Buenas Prácticas Ambientales en Turismo Pesquero (2014)



3. Webgrafía

- Junta de Andalucía
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo
- Turespaña
- Secretaría general de Marina Mercante
- Red Española de Grupos de Pesca
- Medac
- Federación de Cofradías de pescadores de Cádiz
- Cofradía de pescadores de Sanlúcar
- Lonja de Ayamonte
- Los corrales de Rota
- Jarife (corrales de pesca)
- Foredunes
- Huelva Marinera
- Pescaturismo Spain
- Turismo Marinerero Costa del Sol
- Ociomar
- Thursa
- Turismo Marinerero de Murcia
- Pescaturismo El Paraíso
- Pescaturisme Palamós
- Cap a Mar
- Mariner por un día
- Guimatur
- Amarcarril
- Life&Sea
- Cádiz Atlántica
- Artblau