

# Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero



# ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Concepto de “club de producto turístico”</b> .....	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>El turismo en el sector pesquero y acuícola</b> .....	<b>8</b>
3.1.	Marco normativo vinculado al Turismo Pesquero o Marino .....	8
3.2.	Definiciones .....	10
<b>4.</b>	<b>El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino</b> .....	<b>12</b>
4.1.	¿Qué es y cómo surge? .....	12
4.2.	Objetivos .....	12
4.3.	Características .....	13
<b>5.</b>	<b>Territorialidad</b> .....	<b>15</b>
<b>6.</b>	<b>Actividades</b> .....	<b>17</b>
6.1.	Tipología y clasificación: .....	17
6.2.	Modificación de las actividades contempladas en el club .....	22
<b>7.</b>	<b>Gestión</b> .....	<b>23</b>
7.1.	Estructura organizativa .....	23
7.2.	Imagen “Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino” ....	24
<b>8.</b>	<b>Socios</b> .....	<b>26</b>
8.1.	¿Quién puede adherirse? .....	26
8.2.	Beneficios de pertenencia .....	27
8.3.	Obligaciones de los miembros .....	28
8.4.	Formación de los socios .....	29
<b>9.</b>	<b>Adhesión</b> .....	<b>32</b>
9.1.	Fases de adscripción .....	32
9.2.	Requisitos de pertenencia .....	33
9.3.	Certificaciones .....	33
9.4.	Criterios obligatorios y complementarios .....	33
9.5.	Permanencia .....	85
<b>10.</b>	<b>Implantación del club: destinos piloto</b> .....	<b>86</b>
10.1.	Factores clave para el éxito .....	86



***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

10.2. Experiencias de referencia.....	89
<b>11. Financiación .....</b>	<b>90</b>
<b>12. Estrategia de promoción y comercialización.....</b>	<b>92</b>
12.1. Posicionamiento y estrategia de la marca .....	92
12.2. Promoción .....	95
12.3. Sistemas de fidelización .....	97
<b>13. Proceso de calidad y evaluación continua.....</b>	<b>99</b>
<b>14. Observatorio del club .....</b>	<b>100</b>



## 1. Introducción

España ha sido y es potencia pesquera mundial, tanto por el tamaño de su flota pesquera como por el volumen de capturas. Su enclave geográfico ha permitido que la actividad pesquera haya sido y sea un elemento clave en el desarrollo de las zonas costeras.

A lo largo de la historia, el sector pesquero español ha ido adaptándose a los cambios, sobreponiéndose a los problemas surgidos y, en consecuencia, evolucionando y adaptándose a los nuevos tiempos; en parte, por el arraigo de la pesca en las regiones del litoral y, en gran medida, por la importancia social y económica que tiene el recurso.

El sector pesquero español necesita combatir el declive de esta actividad como consecuencia de la sobredimensión de la flota, la sobreexplotación de los caladeros nacionales, la dificultad y limitaciones de acceso a otros caladeros comunitarios e internacionales como resultado de los derechos internacionales sobre el mar y la Política Pesquera Comunitaria, la reestructuración del sector, el deterioro ambiental, etc.

Además, se enfrenta al hecho de que el número de afiliados al Régimen Especial del Mar en este sector es cada vez más bajo, sus sueldos también, la normativa es más exigente y la competencia cada vez más dura. España va de la mano de Europa y ambas se dirigen hacia la sostenibilidad pesquera, enfocan sus medidas hacia el crecimiento azul y persiguen alcanzar los objetivos de la Estrategia Europa 2020.

Es preciso aumentar la competitividad, tanto del sector como de las personas que trabajan en él. Diversificar es el concepto clave sobre el que el sector pesquero debe focalizar todos sus esfuerzos: diversificar las actividades y el empleo que genera, diversificar las actividades tanto dentro como fuera de la actividad pesquera, diversificación dirigida al sector turístico como complemento de la actividad principal.

En este contexto, la Secretaría General de Pesca suscribió un Convenio de Colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo en junio de 2013 para el



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

desarrollo de actuaciones de turismo marineroy cuyo fin es el impulso de actividades complementarias que permitan a los profesionales del sector obtener nuevas fuentes de ingresos.

Así, teniendo a favor muchos factores como el arraigo de la pesca en las zonas costeras; el gran valor del patrimonio natural, cultural y gastronómico que existe en ellas; los profesionales y organizaciones del sector que están movilizándose con iniciativas turísticas vinculadas con la actividad pesquera, etc. surge la idea de lo que se conoce como “Turismo Pesquero o Marinero” y de ahí la creación del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.

No hay que olvidar, además, que España es, principalmente, un destino turístico de sol y playa y, por consiguiente, son muchos los turistas nacionales e internacionales que se desplazan a nuestros litorales para disfrutar de un clima privilegiado como el español. Proponer una oferta de turismo pesquero o marineroy al visitante es una alternativa a la crisis del sector, a la vez que un complemento para la actividad pesquera del que esta debe beneficiarse para ganar dinamismo y competitividad.

El turismo pesquero o marineroy es una oportunidad de diversificación para las zonas del litoral tradicionalmente dependientes de la pesca, que está tomando cada vez mayor peso en el sector. Se trata de actividades que mejoran y proporcionan una vía de ingreso complementario al ya existente, ofreciendo estabilidad económica y de empleo, revalorizando los oficios de la mar, sus costumbres, etc. En definitiva, se trata de una oportunidad estratégica que el sector debe aprovechar y que está empezando a ser explotada, lo que contribuirá en el futuro a mantener y generar nuevo empleo en el sector.

Pertenecer al Club de Producto de Turismo Marineroy y/o Pesquero conllevará obtener una serie de **ventajas** como poder aumentar el mercado potencial gracias a la promoción y a la comercialización conjunta de todos sus miembros; el reconocimiento del turismo marineroy o pesquero como destino turístico; colaboración entre los miembros; acceso a la imagen del club y a la garantía de calidad de los servicios y productos que se ofrecen; desestacionalización de la demanda al ampliar el abanico de una oferta diferente, innovadora, con productos personalizados y ubicados en emplazamientos singulares con gran riqueza paisajística, cultural y patrimonial; y posibilidad de diversificar las actividades. A estas ventajas además hay que añadir, la garantía para los que disfruten de los servicios y productos, que las



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

empresas pertenecientes al Club deben cumplir una serie de requisitos para convertirse en miembros, los cuales se irán revisando a lo largo del tiempo.

Se trata de una iniciativa en la que van de la mano el sector pesquero y el turístico, en la que están integradas empresas y personas vinculadas a ambos sectores; encaminada a poder constituir sinergias que permitan la interrelación entre estos ámbitos de actividad. La diversificación se presenta pues como una forma de fortalecimiento, de desarrollo, de promoción, de progreso del sector pesquero, que repercute en beneficio tanto de la economía como de la población costera, contribuyendo a su anclaje a la zona y a la actividad, garantizando, por tanto, su futuro.



## 2. Concepto de “club de producto turístico”

Antes de especificar qué es el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero es necesario precisar la definición de “club de producto turístico” y, para ello, valorar cada uno de los términos que lo componen por separado para llegar a una definición conjunta.

En primer lugar, se concreta el concepto de **turismo**. La Real Academia Española recoge de manera sencilla que es la “actividad o hecho de viajar por placer”. Sin embargo, se trata de un concepto que a lo largo de la historia ha ido ampliándose hasta llegar a definiciones más complejas.

La Organización Mundial del Turismo expone que *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”*.

El turismo puede clasificarse de diferentes maneras teniendo en cuenta determinadas características: según el motivo, la forma, el tipo de viaje, la permanencia en el lugar de destino, etc.

También se puede catalogar en función del origen del turista (nacional y extranjero) o desde un enfoque sociológico.

Al igual que ocurre con el concepto de turismo, existen un sin fin de definiciones relativas al “**producto turístico**”, entre las que destaca aquella que lo define como *“el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos”* (Pons, 2000).

Las características del producto turístico son: intangibilidad, heterogeneidad, caducidad e inseparabilidad.

El producto turístico lleva aparejado el efecto multiplicador causado por el turismo, es decir todos los sectores económicos se ven beneficiados de alguna manera por la entrada de turistas a una región o país.

Por otro lado, se entiende por “**club**” una sociedad creada por un grupo de personas que comparten ciertos intereses, principalmente de tipo recreativo,



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

deportivo o cultural. Con la necesidad de crear nuevos productos que se adapten a las necesidades de los turistas nace el concepto del “**club de producto turístico**” en el que se integran diferentes actores con el objeto de potenciar y aumentar sinergias dentro del sector turístico.

Por consiguiente, un “club de producto turístico” se puede definir como *un método de trabajo orientado a ofrecer un conjunto de servicios turísticos organizados, garantizando al consumidor los servicios ofrecidos por el club y el sistema que regula su uso.*

El club de producto pone en comunicación a todos los implicados para crear una oferta más interesante y de mayor calidad, derivando en un aumento de los beneficios tanto para los demandantes de los servicios y/o productos como para los que los ofrecen e incluso para el destino.

Los beneficios para el destino están encaminados a aumentar el atractivo de la zona, que los habitantes diversifique sus actividades tanto dentro de su sector como hacia otros, que se formen en aquellas materias en las que no tengan conocimiento, que se genere empleo; en definitiva, que aumente el bienestar de la población y se active la economía.





### 3. El turismo en el sector pesquero y acuícola

Una vez introducido el concepto de “club de producto turístico”, y antes de explicar qué es el club de producto de Turismo Pesquero o Marinero, conviene hacer referencia a los conceptos de “turismo pesquero o marinero”, “pesca-turismo” y “turismo acuícola”, dado que son ejes principales de las actividades de este club de producto. Asimismo, es necesario hacer una pequeña compilación de la normativa existente vinculada a este tipo de turismo en el territorio nacional.

#### 3.1. Marco normativo vinculado al Turismo Pesquero o Marinero

A nivel estatal, se ha aprobado en el Consejo de Ministros de 11 de abril de 2014 el Proyecto de Ley por la que se modifica la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado, tras haber intentado con anterioridad y sin resultado que el Proyecto de Ley de Pesca Sostenible de septiembre de 2010, donde se contemplaba la pesca turismo, fuera aprobado.

En este nuevo Proyecto de Ley se impulsa la mejora de la situación socioeconómica del sector pesquero y acuícola gracias a su diversificación económica, con actividades como el turismo pesquero o marinero y la pesca-turismo.

Se apuesta por dinamizar las zonas costeras y dependientes de la pesca, impulsando la generación de riqueza y empleo gracias al desarrollo de actividades complementarias a la actividad puramente pesquera, realizadas por profesionales del sector.

En este sentido, se incluye un capítulo dedicado a la diversificación económica del sector, en el que destaca la potenciación del turismo pesquero o marinero y del turismo acuícola, es decir, de un producto turístico generado en torno a la cultura marinera de los mares y costas. También se desarrolla y regula la pesca-turismo, actividad mediante la cual un turista podrá embarcarse a bordo de buques pesqueros con profesionales del sector.



## **Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

A nivel autonómico, las Comunidades Autónomas que en su regulación recogen algún término o concepto del turismo pesquero o marinerero son Galicia, Cataluña, Islas Baleares y Murcia.

Así, la Ley 2/2007, de 12 de marzo, de Pesca Marítima y Acuicultura de la Región de Murcia en el apartado e. del artículo 3 define como un de los objetivos de la Ley *“mantener y revitalizar el tejido socioeconómico de aquellas comunidades costeras que dependen tradicionalmente de las actividades pesqueras y acuícolas, fomentando la diversificación y reorientación de las mismas hacia otras alternativas o complementarias de pesca turismo o acuiturismo”*.

La Comunidad Autónoma de Galicia a través de la Ley 11/2008, de 3 de diciembre, de Pesca en Galicia (y sus posteriores modificaciones) recoge como nuevas oportunidades *“las actividades de pesca turismo o turismo pesquero, las rutas turísticas de conocimiento de la actividad pesquera y marisquera y el aprovechamiento de las estructuras portuarias para divulgar el patrimonio cultural marinerero”*.

En el marco de esta normativa se define la actividad de turismo marinerero como las *“actividades desarrolladas por los colectivos de profesionales del mar, mediante contraprestación económica, orientadas a la valorización y difusión de su trabajo en el medio marino, así como las costumbres, tradiciones, patrimonio y cultura marinera”*; y se contemplan como actividades de turismo marinerero la pesca turismo, las rutas guiadas y la gastronomía.

Por otro lado, la Generalitat de Cataluña, a través del Decreto 87/2012, de 31 de julio, sobre la pesca-turismo, el turismo pesquero y acuícola y las demostraciones de pesca en aguas marítimas y continentales de Cataluña, regula, como *“actividades complementarias del sector pesquero, las actividades vinculadas total o parcialmente con la pesca marítima y la acuicultura que permitan mejorar o complementar las rentas de las personas que integran el sector pesquero, con el fin de lograr la diversificación económica del sector y la promoción de sus productos”*. Igualmente, recoge en su artículo 3 las definiciones de *“centro de turismo pesquero y acuícola”*, *“demostración de pesca”*, *“pesca-turismo”* y *“turismo pesquero y acuícola”*.

Por último, el Gobierno Balear ha aprobado la Ley 6/2013, de 7 de noviembre, de pesca marítima, marisqueo y acuicultura en las Illes Balears, en el cual se recoge un capítulo referenciado al turismo marinerero.



## **Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino**

En este sentido, define al turismo marino sostenible como las actividades cuyo objetivo principal es *“diversificar la economía de las zonas pesqueras mediante el desarrollo de servicios complementarios del sector pesquero que generen puestos de trabajo, pongan de relevo los valores positivos de la actividad y contribuyan a la protección del medio ambiente y al consumo de los productos pesqueros locales”*.

Del mismo modo, también define el turismo pesquero como *“la actividad de turismo marino desarrollada a bordo de embarcaciones por profesionales del sector con personas distintas a la tripulación, mediante una contraprestación económica, que tiene por objeto, directa o indirectamente, la difusión, la valorización y la promoción del modo de vida, de las costumbres y de la cultura de la actividad pesquera”*.

### 3.2. Definiciones

Cada autonomía ha concretado de manera diferente los conceptos vinculados al “turismo pesquero o marino”, profundizando sobre ellos en mayor o menor medida, y aunque todas las acepciones están encaminadas en el mismo sentido; es necesario establecer una base común para todos aquellos que quieran formar parte de este club de producto, dado que en dichas definiciones se apoya el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino.

En primer lugar es necesario tener en cuenta qué se entiende por sector pesquero y de la acuicultura y, en consecuencia, los profesionales que trabajan en él. El Reglamento (UE) N° 1379/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2013, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los productos de la pesca y de la acuicultura recoge la siguiente definición:

#### **<< Sector pesquero y sector de la acuicultura >>**

*Sector de la economía que comprende todas las actividades de producción, transformación y comercialización de los productos de la pesca o de la acuicultura.*



## **Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino**

Por otro lado, es preciso tener en cuenta las siguientes definiciones como punto de partida para la propia definición del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino. Estas han sido consensuadas a nivel nacional en el Plan Estratégico de Diversificación Pesquera y Acuícola (Plan Estratégico Diverpes) y están contempladas y han sido incorporadas en el Proyecto de Ley por la que se modifica la Ley 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado.

### **<< Turismo marino o pesquero >>**

*Actividad desarrollada por los colectivos de profesionales del mar, mediante contraprestación económica, orientadas a la valorización y difusión de las actividades y productos del medio marino, así como las costumbres, tradiciones, patrimonio y cultura marinera, que por ello trasciende la mera actividad extractiva y comercial.*

### **<< Pesca-turismo >>**

*Actividad de turismo pesquero o marino desarrollada a bordo de embarcaciones pesqueras por parte de profesionales del sector, mediante contraprestación económica, que tiene por objeto la valorización y difusión de su trabajo en el medio marino, en la que los turistas embarcados no podrán ejercer la actividad pesquera.*

### **<< Turismo acuícola >>**

*Actividad desarrollada por los colectivos de profesionales que desarrollan la actividad de la acuicultura, mediante contraprestación económica, orientadas a la valorización y difusión de su actividad y de los productos del medio acuícola.*



## 4. El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

### 4.1. ¿Qué es y cómo surge?

El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero es forma de diversificación, fortalecimiento y promoción del sector pesquero unido al turístico.

Consiste en la integración de recursos pesqueros y servicios turísticos bajo el denominador común de ofrecer garantía de calidad, revalorización, promoción y mejora de la competitividad, facilitando la comercialización conjunta e impulsando el desarrollo económico y social de las zonas costeras.

Teniendo como referente las definiciones vinculadas al turismo en el sector pesquero (turismo pesquero o marinero, pesca-turismo y turismo acuícola), a las que se circunscribirán las diferentes actividades del club de producto --y con la idea de calidad, competitividad, autenticidad, dinamismo, singularidad y sostenibilidad-- se establece la siguiente definición del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero:

***Es una herramienta de gestión y planificación a la que se adscriben de manera voluntaria empresarios, particulares, asociaciones, entidades, etc. de ámbito nacional que, en colaboración con la Administración Pública, generan un método de trabajo capaz de ofrecer un conjunto de servicios y productos turísticos diferenciados, en el marco del sector pesquero y acuícola, con el fin de garantizar la calidad del servicio y la sostenibilidad económica y medioambiental de las zonas dependientes de la pesca.***

### 4.2. Objetivos

La creación de un club de producto conlleva el establecimiento de una estrategia o metodología común y unos procedimientos que permitan a los miembros adheridos trabajar conjuntamente para posicionarse como destino y mejorar su calidad, generando sinergias entre ellos.

Los **objetivos** a alcanzar con la creación de un Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero son:

- Conseguir que la pertenencia al Club sea una garantía de calidad de los servicios que prestan sus miembros: supone integrar a los diferentes



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

actores que ofertan servicios y productos de turismo pesquero o marinero en un mismo proyecto. Los productos y servicios que se presenten al mercado deberán garantizar su calidad. Para ello, se pretende que el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero se integre en el Sistema de Calidad Turístico Español –SCTE.

- Revalorizar los recursos ambientales y contribuir al mantenimiento del patrimonio marinero y pesquero: conlleva impulsar y difundir los oficios, las costumbres, la gastronomía vinculados al sector pesquero, la idiosincrasia de sus gentes, el patrimonio natural, las prácticas respetuosas con el desarrollo sostenible del medio ambiente marino, las técnicas pesqueras, las artes, la evolución social, económica y tecnológica del sector, etc.
- Organizar la promoción y comercialización de los productos del turismo pesquero o marinero: organizar la promoción de los destinos en torno al producto “turismo pesquero o marinero” permitirá un mayor peso de difusión, una mayor probabilidad de captación e incremento del potencial del mercado y una mejora en los resultados comerciales.
- Obtener una imagen común asociada a la calidad: que los turistas reconozcan y relacionen los servicios y productos con una imagen, y que esa imagen represente calidad.
- Potenciar y mejorar la competitividad de los servicios y productos del club mediante la formación y la especialización: ser la base para realizar una promoción especializada y formar para que los servicios y productos turísticos que se oferten proporcionen experiencias únicas a los turistas.

### 4.3. Características

El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero se caracteriza por:

- Integra voluntariamente a los miembros.
- Implica un reconocimiento oficial.
- Exige y ofrece un nivel homogéneo de calidad, tanto en la gestión como en la prestación del servicio.
- Crea una marca única.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino***

- Supone un aval de garantía.
- Constituye una alianza estratégica, que se traduce en mejora de los resultados comerciales.
- Representa una oportunidad de diversificación.
- Es una iniciativa donde confluyen distintos sectores y ámbitos productivos.
- Vela por la sostenibilidad de la oferta turística.
- Incluye el turismo pesquero o marino, el turismo acuícola y la pesca-turismo.
- Permite la promoción común de los productos pesqueros y acuícolas.
- Crea sinergias con otros sectores.
- Significa prestigio, fiabilidad, rigor y diferenciación.
- Genera una red de trabajo con un objetivo común que engloba intereses colectivos.
- Integra en un mismo proyecto diferentes servicios y productos en torno al sector pesquero y acuícola.
- Contribuye al desarrollo sostenible.



## 5. Territorialidad

El sector pesquero siempre ha estado vinculado a las zonas costeras donde se desarrolla la pesca extractiva y donde existen puertos para el atraque, las descargas de pescado o lonjas para la venta. Asimismo, esta actividad pesquera lleva aparejada muchas otras actividades como son la reparación de redes, el marisqueo, la acuicultura marina, etc.

Las zonas costeras cuentan con patrimonio, paisaje, cultura y tradiciones similares, y se caracterizan por ser regiones homogéneas que pueden ofrecer recursos y servicios parecidos. La unión de estos atributos es lo que convierte al sector en único, y en el convencimiento de aprovechar su potencial se fundamenta la propuesta para la creación del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.

Dicho club es un instrumento que ofrece la posibilidad de actuar como motor de crecimiento en estas regiones a través del emprendimiento y la creación de sinergias con otros sectores productivos, concentrando parte de sus esfuerzos en potenciar el sector turístico local y ofrecer servicios y productos de calidad que garanticen experiencias inolvidables, diferentes y singulares.

Esta homogeneidad, tanto de la zona como de los servicios y productos que se ofertan, generará por sí sola una imagen de identidad característica de estas regiones. Una imagen que, además, llevará implícita las particularidades de la región, tanto geográficas como culturales, patrimoniales y de sus gentes.

No obstante, el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero no puede ni debe limitarse a las zonas costeras, ya que las actividades desarrolladas en el sector pesquero son más amplias e incluyen las empresas de transformación y comercialización, la acuicultura continental, las empresas de investigación, los astilleros, etc.; empresas y servicios que no siempre están situados en zonas cercanas a la costa, pero cuyo eje central es el sector pesquero. Son en estas zonas ubicadas en el interior donde surge el acuiturismo y todas aquellas actividades que se pueden realizar en ríos, humedales, lagos, etc.

Todo esto conlleva que se considere el territorio nacional como el marco de desarrollo del club de producto. No obstante, para que su gestión sea más eficiente e incorpore las necesidades de cada una de las regiones que integra, se diferenciarán distintas áreas geográficas, lo más homogéneas posible (principalmente por cercanía) y basadas, a priori, en el caso de las zonas costeras, en los Grupos de Acción Local de Pesca (GALP) ya existentes y,





## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino***

en el caso de las zonas de interior, en los Grupos de Desarrollo Local (grupos LEADER+). No obstante, las Comunidades Autónomas podrán establecer cuál es el espacio geográfico que puede ser circunscrito al Club en sus respectivos territorios.



## 6. Actividades

El mar, los ríos o los lagos siempre han llevado aparejada la posibilidad de realizar actividades turísticas en torno a ellos. Dado el amplio abanico de potenciales experiencias relacionadas con el ámbito pesquero y acuícola, con su cultura, oficios, tradiciones, etc., y especialmente teniendo en cuenta los lugares en los que se pueden desarrollar dichas actividades, se ha propuesto una estructura basada en cuatro grandes bloques, diferenciado, por un lado, entre actividades desarrolladas a bordo de embarcaciones y las efectuadas en tierra, así como las relacionadas con la acuicultura de interior y, por último, la oferta de servicios comerciales, de hostelería y restauración.

### 6.1. Tipología y clasificación:

**Grupo 1: Turismo a bordo:** actividades turísticas desarrolladas a bordo de embarcaciones.

- Pesca Turismo
- Rutas marineras en barco

**Grupo 2: Marino en tierra:** actividades turísticas marineras realizadas en tierra, en zonas costeras.

- Marisqueo a pie
- Oficios del mar
- Comercialización de productos pesquero y acuícolas
- Rutas marineras en tierra
- Actividades gastronómicas/ gastronomía marinera
- Actividades socioculturales marineras

**Grupo 3: Acuicultura continental:** actividades turísticas vinculadas a la acuicultura de interior.

- Acuiturismo



**Grupo 4: Otros servicios:** actividades turísticas y comerciales que tienen vinculación directa con el mundo marinerero o la cultura marinera.

- Comercio marinerero
- Restaurantes marineros
- Alojamientos marineros
- Agencias de receptivo

En el cuadro I se puede ver de manera pormenorizada --y bajo los criterios que podría establecer el club-- cada una de las actividades, en qué consisten, lo que se podría realizar, lo que abarca cada una de ellas y quién puede desarrollarlas.

En este último sentido, es necesario puntualizar que el concepto "turismo pesquero o marinerero", que se desprende de lo establecido en el Proyecto de Ley por el que se reforma la Ley 3/2001 de Pesca Marítima del Estado, solo contempla como tal aquellas actividades desarrolladas únicamente por profesionales del propio sector pesquero, con las que estos buscan dar a conocer de propia mano su trabajo, las costumbres, el patrimonio de la zona o su propio modo de vida asociado a la actividad u oficio que desempeñan.

No obstante, existen empresas o agentes prestadores de servicios turísticos que realizan actividades muy ligadas al sector pesquero y al medio costero, así como otras relacionadas con la gastronomía, la restauración, el hospedaje, etc. mediante las cuales persiguen poner en valor la cultura marinera y sus productos, tradiciones, lugares, oficios y gentes. Dichas actividades, al ser ejercidas por profesionales del ámbito turístico y no por profesionales del sector pesquero no son consideradas actividades de "turismo pesquero o marinerero" propiamente dicho en la nueva propuesta de redacción de la Ley de Pesca Marítima del Estado. No obstante, al desarrollarse en paralelo a la actividad pesquera y en el propio medio costero, se considera que pueden y deben tener cabida dentro de este club, en tanto que repercuten directamente en beneficio del propio sector pesquero y también representan un gran atractivo para los turistas.



CUADRO I: ACTIVIDADES DEL CLUB DE PRODUCTO					
GRUPOS	CLASIFICACIÓN	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES INCLUIDAS	CONSIDERACIONES	QUIÉN EJECUTA
TURISMO A BORDO	Pesca-Turismo	Actividades de turismo marino desarrolladas a bordo de <u>embarcaciones pesqueras</u> por profesionales del sector.	<p><b>* Embarque a bordo de buques pesqueros para vivencia in situ de un día de jornada marinera.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer, observar y participar en labores cotidianas de una jornada marinera.</li> <li>- Conocer las artes de pesca, las partes de un barco, las maniobras de un barco,...</li> <li>- Degustar productos pescados durante la jornada</li> </ul> <p><b>* Jornada marinera: están incluidas las actividades pesqueras y de marisqueo (a flote, bateas...)</b></p>	<p>Embarcaciones pesqueras en activo.</p> <p>Esta actividad puede ser complementada con otras actividades (ej. visita lonja), siempre que el eje central y fundamental sea la pesca-turismo.</p>	* Profesionales del sector pesquero.
	Rutas marineras en barco	Actividades turísticas desarrolladas a bordo tanto de <u>embarcaciones tradicionales</u> (no consideradas como pesqueras en activo) como de <u>embarcaciones turísticas de recreo</u>	<p><b>* Rutas pesqueras/marineras:</b> abarcarían aquellas actividades vinculadas al ámbito pesquero como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitar zonas pesqueras y lugares marinos: zonas de pesca, zonas de crianza, faros, playas, islas, zonas para el avistamiento de cetáceos y aves marinas desde embarcaciones (1), visión submarina de la fauna marina, etc.</li> <li>- Conocer / observar / interpretar actividades pesqueras y la fauna del medio marino</li> </ul> <p><b>* Rutas marisqueras y acuícolas:</b> aquellas actividades relacionadas con el ámbito del marisquero a flote y con la acuicultura marina como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitar plataformas y parques de cultivo de especies, bateas, viveros flotantes, piscinas, buceo en zonas de jaulas/piscinas de cultivo de peces...</li> <li>- Conocer / observar / interpretar actividades, especies y lugares de marisqueo y de acuicultura: procesos de cultivo, de crianza, construcción de bateas, peso y etiquetado del producto, preparación del producto para la subasta, etc.</li> </ul> <p><b>* Otras actividades en barco:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento e interpretación del medio costero y marino.</li> <li>- Cursos/Aulas talleres del mar: conocer artes y técnicas pesqueras, lecturas de cartas marinas, aprendizaje de oficios marinos, etc.</li> <li>- Degustación de los productos pesqueros capturados.</li> </ul> <p><i>(1) Esta práctica debe cumplir con lo dispuesto en el artículo 4 sobre Medidas Generales de Protección, del Real Decreto 1727/2007, de 21 de diciembre, por el que se establecen medidas de protección de los cetáceos.</i></p>	<p><b>Embarcaciones tradicionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veleros</li> <li>- Embarcaciones pesqueras habilitadas para el turismo</li> <li>- Embarcaciones tradicionales</li> </ul> <p><b>Embarcaciones turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cruceros turísticos</li> <li>- Minicruceros</li> <li>- Planeadoras</li> <li>- Zodiac y Kayack</li> <li>- Catamaranes turísticos</li> <li>- Otras embarcaciones turísticas</li> </ul> <p>La actividad puede ser complementada con otras actividades (ej. visita lonja), siempre que el eje central y fundamental sean actividades desarrolladas a bordo de embarcaciones.</p>	<p>* Profesionales del sector pesquero.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino

GRUPOS	CLASIFICACIÓN	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES INCLUIDAS	CONSIDERACIONES	QUIÉN EJECUTA
MARINERO EN TIERRA	Marisqueo a pie	Actividades turísticas vinculadas con la <u>extracción a pie</u>	<p><b>* Rutas / Visitas a las zonas de marisqueo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer / observar / practicar el proceso de marisqueo: forma de extracción, tipos de marisqueo, proceso del marisqueo desde la extracción hasta su comercialización, proceso de puja, funcionamiento de lonja,...</li> </ul>	<p>Las guías deben ser las propias mariscadoras</p> <p>Actividad que puede ser complementada con otras actividades (ej. visita a barrios marineros), siempre que el eje central y fundamental sea el <b>marisqueo a pie</b></p>	* Profesionales del sector pesquero.
	Oficios del mar	Actividades turísticas vinculadas con los <u>oficios marineros y lugares de desarrollo</u> de su actividad o lugares de exposición de estos oficios.	<p><b>* Rutas / Visitas / Conocimiento sobre los oficios marineros y lugares vinculados a estos oficios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Historia de los oficios, vida marinera, artes de pesca, procesos de trabajo, zonas de interés de un barco...</li> <li>- Museos, talleres, exposiciones, etc de oficios del mar</li> <li>- Instalaciones y lugares de desarrollo y vinculación a los oficios marineros</li> <li>- Artesanía marinera.</li> </ul>	<p><b>Oficios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redeiras, artesanos de las artes pesqueras,....</li> </ul> <p><b>Lugares de actividad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres artesanales / Nave de redes</li> <li>- Astilleros</li> <li>- Carpinterías de ribera</li> <li>- Museo / Lugar de exposición de oficios</li> </ul>	* Profesionales del sector pesquero.
	Comercialización de productos pesqueros y acuícolas	Actividades turísticas relacionadas con la <u>comercialización de los productos pesqueros y acuícolas</u>	<p><b>* Rutas / Visitas sobre actividades y lugares relacionados con la comercialización de los productos pesqueros y acuícolas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitar lonjas para observar el tratamiento del pescado, cómo se pesa, se etiqueta, la preparación de la puja, etc.</li> <li>- Visitar puertos para conocer su funcionamiento, instalaciones, etc.</li> <li>- Conocer la historia del salazón, edificios e instalaciones, ver una fábrica de congelado, métodos de conservación, etc.</li> </ul>	<p><b>Lugares:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lonjas</li> <li>- Puertos e instalaciones</li> <li>- Cetáreas / piscifactorias / depuradoras</li> <li>- Conserveras</li> <li>- Fábricas de salazón</li> <li>- Mercados de abastos</li> <li>- Etc.</li> </ul>	<p>* Profesionales del sector pesquero.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>
	Rutas marineras en tierra	Actividades turísticas desarrolladas para conocer la <u>idiosincrasia marinera y sus lugares</u> .	<p><b>* Rutas / Visitas para conocer la historia y los lugares marineros:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer la comunidad marinera, la vida en puerto, las costumbres y tradiciones marineras, el patrimonio natural del litoral, barrios marineros, puertos pesqueros, faros, lugares vinculados a la vida marinera, etc.</li> </ul>		<p>* Profesionales del sector pesquero.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>
	Actividades gastronómicas	Actividades vinculadas con la <u>gastronomía marinera</u>	<p><b>* Actividades gastronómicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jornadas / talleres / eventos gastronómicos</li> <li>- Cursos de cocina marinera</li> <li>- Degustaciones</li> <li>- Rutas de gastronomía marinera</li> <li>- Showcooking</li> <li>- Eventos / fiestas gastronómicas</li> </ul> <p><i>* Si estas actividades son realizadas por pescadores o profesionales del sector como complemento de su actividad principal, estos deberán contar con conocimientos suficientes en materia de gastronomía o restauración y que dispongan de los correspondientes permisos para la manipulación de alimentos. La actividad debe ser ofrecida en locales o espacios habilitados a tal efecto y que cumplan con los requisitos de higiene y seguridad alimentaria establecidos en la normativa vigente.</i></p>	<p>Estas actividades pueden estar complementadas con visitas a lugares marineros (lonja, puerto, cetáreas, ..). El eje central y fundamental de la actividad debe ser el gastronómico.</p>	<p>* Profesionales del sector pesquero.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>
	Actividades socioculturales marineras	Actividades socioculturales vinculadas con el mar y lugares de exposición de temáticas marineras y acuícolas.	<p><b>* Actividades y lugares culturales marineros y acuícolas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades socioculturales, centros de formación</li> <li>- Exposiciones y conferencias</li> <li>- Acuarios</li> <li>- Barcos-museos, molinos de mareas, faros</li> <li>- Aulas / talleres / museos / centros de interpretación marineros</li> <li>- Cualquier centro o lugar expositivo de temas marineros</li> <li>- Etc.</li> </ul>	<p>Actividad que puede ser complementada con otras actividades siempre que el eje central y fundamental sea la cultura marinera</p>	<p>* Profesionales del sector pesquero.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino

CUADRO I: ACTIVIDADES DEL CLUB DE PRODUCTO

GRUPOS	CLASIFICACIÓN	DEFINICIÓN	ACTIVIDADES INCLUIDAS	CONSIDERACIONES	QUIÉN EJECUTA
ACUICULTURA CONTINENTAL	Aculturismo	Actividades de <u>turismo acuícola de interior (continental)</u> y actividades <u>socioculturales</u> cuya finalidad es la ampliación de conocimientos tanto del entorno como de las especies cultivadas	<p><b>*Actividades de turismo acuícola de interior (continental) para mostrar el trabajo que desempeñan los acuicultores profesionales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Visitas por instalaciones (piscifactorías).</li> <li>- Salidas guiadas por el río para conocer más sobre la morfología de especies; los procesos productivos como la puesta, incubación o cría (hatchery), preengorde (nursery), engorde a talla comercial, engorde a madurez sexual, etc; la elección de tipología y modalidad de acuicultura en función de la zona-contexto ecológico; etc.</li> </ul> <p><b>*Actividades de agua dulce o que pueden realizarse en el entorno acuícola:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades de ocio desarrolladas en ríos, pantanos, lagos y alrededores.</li> <li>- Hidroterapia/ ictioterapia.</li> <li>- Degustación del pescado de acuicultura.</li> </ul> <p><b>* Actividades socioculturales vinculadas a la educación medioambiental o la gestión y cuidado del patrimonio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Centros de interpretación o talleres de recreo y aprendizaje sobre las especies de acuicultura continental; sobre las tradiciones, usos y costumbres de la acuicultura; paneles explicativos; acuarios; etc.</li> <li>- Eventos, audiovisuales, fiestas, degustaciones, juegos interactivos; etc.</li> </ul>		<p>*Profesionales del sector acuícola.</p> <p>* Empresas y servicios turísticos.</p>
OTROS SERVICIOS	Comercio marino	Establecimientos <u>comerciales</u> especializados en productos/artículos relacionados con la actividad marinera, náutica y/o acuícola.	<p><b>* Establecimientos comerciales marinos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Productos locales de alimentación pesqueros y/o acuícolas, o derivados de los mismos.</li> <li>- Souvenirs y artículos relacionados con el mundo pesquero y acuícola.</li> </ul>	Los establecimiento tienen que garantizar el origen y la calidad de los pescados y los mariscos que se ofrecen.	* Tanto profesionales del sector pesquero (con formación adecuada) como del sector turístico-comercial.
	Restaurantes marinos	Establecimientos de <u>restauración</u> , que ofrecen carta o menú específico de productos pesqueros y/o acuícolas.	<p><b>* Establecimientos de restauración marinos:</b></p> <p>Tabernas, restaurantes, bares, cafeterías, chiringuitos, etc.</p>		* Tanto profesionales del sector pesquero (con formación adecuada) como del sector de la restauración.
	Alojamientos marinos	Establecimientos para <u>hospedarse</u> vinculados con la cultura marinera y/o acuícola.	<p><b>*Alojamientos con arraigo marino:</b></p> <p>-Hoteles, casonas, casas de turismo rural, posadas, apartoteles, cabañas, pazos, masías, pensiones... identificados/vinculados con alguna característica marino o que ofrezca algún servicio marino y/o acuícola.</p>		*Tanto profesionales del sector pesquero (con formación adecuada) como del sector de la hostelería.
	Agencias de receptivo	<u>Empresas organizadoras</u> de viajes que incluyan en su oferta actividades del Club			* Agencias / Empresas de viajes.



## 6.2. Modificación de las actividades contempladas en el club

La clasificación de actividades se ha realizado en cuatro grandes bloques abarcando todas aquellas actividades que se consideran deberían estar integradas en el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.

Sin embargo, pueden generarse nuevas experiencias en torno al sector pesquero no contempladas hasta el momento y que pudieran tener cabida en el propio club. Ante esta situación cabe la posibilidad de que pueda realizarse un cambio, modificación, integración y/o corrección de las actividades iniciales.

Para poder llevar a efecto dicha modificación, el Comité Nacional que se aconseja crear deberá emitir una valoración sobre tal circunstancia, determinando si esas nuevas experiencias reúnen las condiciones para formar parte de las actividades del club. En caso de que así fuera, se deberían establecer o adaptar los criterios oportunos de cumplimiento, informando de ello a todo aquel socio que se viera afectado por dicha variación.

No obstante, cualquier novedad o variación en las actividades iniciales y los requisitos a cumplir, supondrá ponerlo en conocimiento de los integrantes del club y de los candidatos existentes, a través de los medios y herramientas que se estimaran para cada caso (correo electrónico, página Web, etc.) y se efectuará la correspondiente modificación en el documento de "Bases para la creación del futuro Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero".

Los socios que se vean afectados por esta situación (redefinición, reclasificación y/o modificación de las actividades) deberían disponer de un plazo de prórroga para adaptarse y cumplir con los nuevos requisitos.



## 7. Gestión

En este apartado se plantea una propuesta para ayudar a estructurar el club una vez constituido, quién podría formar parte de cada uno de los órganos de decisión y, por último, el tipo de imagen que se esperaría del club.

### 7.1. Estructura organizativa

La creación de un club de producto implicaría constituir un ente, un órgano o una estructura que planifique y gestione. Dado que se ha propuesto un club para todo el territorio español, su posible composición debería estar conformada por integrantes de regiones donde se desarrollan actividades pesqueras y acuícolas, y, por tanto, sería conveniente dotarlo de una estructura tanto a nivel nacional como local.

La estructura que se propone en estas bases es la siguiente:

- A nivel nacional: **Comité Nacional de Gestión del club**, formado por un Presidente, un Vicepresidente y varios administradores. La composición del Comité, la forma de elección y las funciones del mismo vendrán recogidas en el futuro manual del Club.
- A nivel territorial: **Comité Local de Gestión del club por cada CCAA**. Sería conveniente que en este comité estuviesen representados los Grupos de Acción Local de Pesca --como promotores de la diversificación en las distintas regiones-- y diferentes miembros que representen a cada uno de los cuatro grandes bloques en los que se dividen las actividades incluidas en el Club.

Esta estructura, a pesar de ser de gestión privada, debería incluir a la Administración para que esté informada y muestre su apoyo a esta iniciativa.

Finalmente, el Comité Nacional debería ser el encargado de elegir un **Equipo Técnico del producto** para la gestión diaria del club.





## 7.2. Imagen “Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero”

El Comité Nacional de Gestión del club podría tener entre sus funciones la de diseñar la imagen del club, siempre que la definición de esta imagen estuviera respaldada por los Comités Locales de Gestión existentes.

Uno de los objetivos del club es obtener una imagen común asociada a la calidad. Por ello, debe representarse mediante un distintivo gráfico que sea reconocido por los turistas como emblema de unos productos y servicios con garantía de calidad. Los servicios y productos que se ofrezcan bajo el paraguas de esa imagen deberán cumplir con los requisitos mínimos recogidos en las bases del propio club, que establecieran los distintos comités.

Con la adhesión al club se plantea la obtención de un certificado que deberá estar en una zona visible para el consumidor, garantizando la pertenencia a este, pero además deberá figurar obligatoriamente el distintivo gráfico en el establecimiento o local, así como en los folletos de promoción y resto de material divulgativo para que los productos y servicios ofrecidos sean fácilmente identificados con su pertenencia al club, diferenciándolos de otros productos y servicios que no cumplen con dichos requisitos.

El club necesita una imagen (distintivo gráfico) que lo represente e identifique. Esta debería ser aprobada de manera consensuada y dar lugar a un manual de identidad gráfica en el que quedarán recogidos los diferentes aspectos relacionados con dicha imagen: medidas, colores, tipografía, composición, etc., así como su uso, las sanciones previstas por una inadecuada utilización... Este documento deberá entregarse a todos los socios para su cumplimiento.

En este sentido, el Equipo Técnico del club de producto debería ser el encargado de asegurar la correcta colocación, en lugar visible, del certificado de adhesión, y al mismo tiempo verificará el correcto uso de la imagen del club.

Por este motivo, una de las obligaciones para con el club por parte de los candidatos y socios es hacer una buena utilización de su imagen, ya que de lo contrario los perjuicios que podrían causar son muy elevados y repercutirían negativamente sobre el resto de integrantes.

El club debe posicionarse en el mercado como garante de experiencias únicas, de trato exclusivo y personalizado, flexible y con posibilidad de adaptar los servicios y productos a las especificidades de cada perfil de turista, con el



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino***

fin de conquistar al público objetivo, trasladando y asentando una buena imagen en la mente de los potenciales demandantes.

Es fundamental, por tanto, salvaguardar en el tiempo los valores y la imagen de marca asociada al club para que este pueda mantener su posicionamiento y liderazgo.



## 8. Socios

### 8.1. ¿Quién puede adherirse?

La calificación de socio del club la podrán obtener aquellos profesionales y empresas del sector pesquero y acuícola y las empresas y servicios turísticos que estén interesados en formar parte de la oferta turística del club de producto y que, una vez solicitada su adhesión, se verifique que cumplen con los criterios establecidos en el futuro "Manual del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero".

- Profesionales y empresas del sector pesquero y acuícola: pescadores, rederas, mariscadoras, conserveras, etc.
- Empresas y servicios turísticos: centros, clubes, establecimientos de comercio especializado, restaurantes, alojamientos, agencias de viajes, centros de información e interpretación, etc.

El club estará integrado por todos aquellos profesionales y empresas que quieran adherirse voluntariamente, lo que significará adquirir una serie de obligaciones establecidas por el propio club, pero también una serie de derechos que les reportarán importantes beneficios (refuerzo en la imagen de los productos de manera colectiva, garantizar niveles homogéneos de calidad, aprovechamiento de sinergias para el ahorro de costes de comercialización y promoción, etc.).

Aquellos que quieran formar parte del club deberán cumplir con unos requisitos tanto obligatorios como complementarios, por lo que se considera necesario diferenciar entre candidatos y socios.

- **Candidatos**: profesionales o empresas que desean pertenecer al club de producto pero no reúnen el porcentaje mínimo de cumplimiento de requisitos para poder formar parte. Dispondrán de un plazo determinado para solventar las deficiencias o incorporar los elementos necesarios para el cumplimiento de estos criterios de entrada. Dentro de esta tipología también se incluyen aquellos socios que hayan perdido su condición de tales, debido al incumplimiento de los criterios establecidos.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

- **Socios:** miembros que cumplen con los criterios mínimos establecidos para adquirir tal denominación.

Tanto los candidatos como los socios podrán obtener una serie de beneficios de su pertenencia o vinculación al club.

### 8.2. Beneficios de pertenencia

La pertenencia como socio al club de producto supone obtener y poder disfrutar de una serie de ventajas, tales como:

- Promoción y comercialización conjunta, aumentando el mercado potencial.
- Reconocimiento como destino de turismo pesquero o marinero.
- Garantía de calidad de los productos y servicios que se ofrecen al turista por el hecho de pertenecer a una oferta turística organizada y seleccionada en base al cumplimiento de ciertos requisitos.
- Colaboración entre los interesados en el desarrollo del mercado del turismo pesquero o marinero/ acuícola.
- Acceso a la imagen de club y uso de los diferentes medios y soportes para su promoción.
- Creación de espacios para interconectar la iniciativa privada y las administraciones de Turismo y de Pesca.
- Intercambio de experiencias entre los propios socios del club.
- Oferta de experiencias turísticas diferentes e interesantes, con productos personalizados y desarrollados en emplazamientos singulares, con gran riqueza cultural, paisajística y patrimonial.
- Revisión del cumplimiento de los requisitos de los socios del club, garantizando la calidad permanente de los productos y/o servicios que se ofrecen.
- Lucha contra la estacionalidad de la demanda al ofrecer un abanico muy amplio de posibilidades.
- Formar parte de un producto innovador y con potencial de desarrollo.
- Posibilidad de diversificar actividades y tareas.
- Capacidad de reacción ante los cambios en los gustos de los demandantes de productos y servicios.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

La creación del club de producto conlleva beneficios para todos los participantes, para las zonas donde se localizan los productos de los socios del club y para los turistas.

En cuanto a los **turistas**, el club les ofrece una gama muy amplia de alternativas de consumo, asegurándoles que el producto o servicio satisface sus necesidades, garantizándoles el cumplimiento de unos estándares de calidad y ofreciéndoles mayor confianza a la hora de solicitar la oferta.

Respecto al **territorio**, el club ofrece mayores oportunidades de empleo y desarrollo a la zona, así como prosperidad económica, incremento del bienestar de los habitantes de la localidad, desarrollo de las infraestructuras y comunicaciones, aumento de la demanda de otros productos y/o servicios no pertenecientes al club, mayor imagen de destino y mejora de la sostenibilidad.

Para los **integrantes** del club supone mayores oportunidades de penetración y posicionamiento en el mercado, aumento de los ingresos, menores costes derivados de la promoción del club en su conjunto, mejor previsión de la demanda, posibilidad de adaptarse a los requerimientos de competitividad establecidos por el cliente y por el club e impulso de su imagen comercial.

### 8.3. Obligaciones de los miembros

Asimismo, la pertenencia al club crea a sus miembros una serie de obligaciones, tales como:

- Cumplir los requisitos establecidos para pertenecer y mantenerse en el club.
- Asumir las evaluaciones que el club determine para asegurar el cumplimiento de los requisitos establecidos.
- Facilitar al club la información que les sea requerida, cumpliendo en tiempos y formas.
- Mantener la imagen de calidad y garantía, haciendo buen uso de la marca que represente al club de producto.
- Mostrar que se pertenece al club de producto, situando en zonas visibles el certificado de adhesión y distintivo del club.
- Abonar las cuotas que se establezcan.
- Asistir y participar en los planes de formación.
- Designar un responsable que sea interlocutor válido frente al club.



#### 8.4. Formación de los socios

Los integrantes del club deben conocer bien su funcionamiento, saber qué significa y qué conlleva pertenecer a él (tanto para sus socios como para aquellos que quieran integrarse) cómo pueden o no operar bajo el marco del club, etc. Para que adquieran estos conocimientos se deberán contemplar actuaciones orientadas a la formación. Pero, además, dicha formación deberá estar encaminada a aumentar la competitividad de los miembros y garantizar la calidad de sus productos y servicios.

Sería conveniente que los profesionales o empresas que hayan decidido e iniciado su inclusión en el club de producto recibiesen una formación por parte del Equipo Técnico.

El Equipo Técnico sería así el encargado de formar e informar a los posibles socios y asesorar de manera continua a sus miembros.

Se plantea la siguiente propuesta de formación teórico-práctica, dividida en dos partes:

1. Formación general sobre el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino. Orientada a promover un mayor conocimiento de los candidatos sobre las posibilidades de diversificación que ofrece el sector pesquero y los recursos disponibles. Se aportaría una visión generalizada del sector pesquero y acuícola, sus características, posibilidades de transformación y mejora de sus actividades para obtener una mayor rentabilidad de sus oficios, así como información sobre las actividades que engloba el club, el territorio que abarca, quiénes los integran o pueden integrarlo, los pasos a seguir para ser socio, los beneficios y obligaciones de serlo, los productos y servicios que pueden ofrecer como miembro del club, etc.
2. Formación específica de las actividades que van a desarrollar como miembros. Dirigida a informar sobre el grado de cumplimiento tanto de los requisitos obligatorios como de los complementarios. Con esta formación se prestaría apoyo, pautas y recomendaciones a los potenciales miembros para focalizar sus esfuerzos en el cumplimiento de los requisitos que deberá valorar el Comité de Evaluación.

Es recomendable que todos los miembros sean buenos conocedores de lo que el club puede ofrecerles y conozcan qué clase de actividades pueden realizar y ofertar a los clientes. La imagen que se transmita del club a cada uno de los candidatos y a cada uno de los socios conforma la percepción que se lleva el



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

cliente y esa experiencia, ya sea satisfactoria o no, es la que va a trasladar a otros potenciales usuarios, influyéndoles en su decisión de demanda.

Por este motivo, es prioritario que las experiencias ofrecidas garanticen un nivel de calidad adecuado.

En el caso de que los socios tomen la iniciativa de ofertar una actividad diferente a la que hasta ese momento venían desarrollando, debería existir la posibilidad de solicitar formación relativa a la nueva actividad para que, de esta manera, se pudieran diseñar nuevos productos o servicios en función de los intereses del club y de sus integrantes.

En este sentido, la formación será la base que marque las directrices a seguir para que los futuros miembros puedan incorporarse eficazmente al club.

Hay que tener en cuenta que la formación respecto al sector pesquero en general, y al club en particular, recibida por los socios deberá ser trasladada a todo el personal que se encuentre trabajando en los establecimientos del club o que se relacione directamente con los clientes.

Sería también recomendable que los socios, además de la formación descrita anteriormente, posean conocimientos en materia de nuevas tecnologías (Internet, correo electrónico, redes sociales, etc.) ya que la comunicación, tanto con el club como con el resto de socios, se producirá a través de esta vía.

En el caso de que las evaluaciones realizadas a las empresas, entidades o particulares revelen que el miembro desconoce algún aspecto relevante para poder continuar con el desarrollo de su actividad, se podría subsanar realizando la formación necesaria.

Asimismo, sería aconsejable que los miembros del club continuasen con la formación, adquiriendo conocimientos en materias relacionadas más concretamente con su actividad, no solo para estar al día de las últimas novedades, sino para ampliar sus competencias y aptitudes en aquellos aspectos que les puedan ser de mayor utilidad.

Tal y como deberá exponerse en el futuro Manual del club, este ofrecerá a sus miembros información relativa a la oferta de cursos formativos en aquellos temas que considere de cierta relevancia, útiles y que aporten conocimientos complementarios para el desarrollo de las actividades integradas en el club.

Del mismo modo, el club podrá informar a los miembros, a través de las herramientas establecidas a tal efecto (e-mail, página web, boletín informativo



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

o cualquier otro canal), de las novedades producidas, las experiencias desarrolladas por otros integrantes, así como cualquier otra información que pueda resultar de interés.

También se podrá aportar formación sobre otros aspectos como la financiación, la aplicación de las TIC al sector pesquero y turístico, las nuevas formas de diversificar la actividad pesquera encaminadas al turismo, la aprobación de nueva normativa que pueda afectar de algún modo a los miembros, etc.





## 9. Adhesión

La pertenencia al club deberá estar basada en unos criterios preestablecidos y en una evaluación lo más objetiva posible de ellos. Por tanto, las condiciones y requisitos de pertenencia deben estar perfectamente definidos.

### 9.1. Fases de adscripción

Aquellos profesionales o empresas del sector pesquero y acuícola y del sector turístico que realicen o quieran realizar alguna de las actividades vinculadas al club --y, por consiguiente, quieran adherirse a él-- deberán seguir las fases establecidas en el proceso de adscripción.

Dicho proceso estará definido en el manual del club y en él se detallarán para cada una de las fases previstas los requisitos que deben reunir los interesados, la documentación a aportar, los plazos para la presentación de solicitudes y documentación, el proceso de evaluación y subsanación, etc.

En general, el proceso de adscripción se iniciará con la formalización de una solicitud de adhesión por parte del interesado (ver ejemplo en Anexo I), que deberá ir acompañada de la documentación oportuna, la cual será posteriormente evaluada por el órgano establecido a tal efecto.

Si el candidato reúne los requisitos de entrada, sería aconsejable que recibiera un curso formativo, en el que recibiría el manual del club. Posteriormente, tras la formación, debería concedérsele un periodo de adaptación a fin de que disponga de un tiempo determinado para alcanzar el grado de cumplimiento de aquellos requisitos con los que no contaba al inicio del proceso y que se consideran necesarios para el ejercicio de su actividad. Transcurrido dicho periodo de adaptación volvería a ser evaluado a través de los mecanismos y a cargo del órgano que se designara a tal efecto.

Este proceso debería concluir con la aprobación de un expediente y certificación de la adhesión y, en su caso, con el pago de la cuota inicial con la que el interesado formalizaría su inclusión en el club, y adquiriría la condición y estatus de socio. Sería conveniente que cada cierto tiempo se establecieran mecanismos para la evaluación a fin de garantizar y acreditar que el socio sigue cumpliendo con los requisitos fijados y los estándares de calidad del club.



## 9.2. Requisitos de pertenencia

Para que los profesionales y empresas del sector pesquero y acuícola, así como las empresas y servicios turísticos, puedan pertenecer al Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino al menos el 20% de los productos o servicios ofertados de su negocio debe corresponder a actividades cuyo eje principal sea el sector pesquero o actividades marineras enmarcadas en los cuatro grupos de actividades definidas en este epígrafe.

Pertenecer al club implica adaptar los procesos, los productos y los servicios que se ofrecen bajo esta denominación a los requisitos o normas impuestos por el club. Su cumplimiento permite la obtención del certificado de adhesión.

Dichos requisitos o normas están definidos en unas tablas de verificación, donde se reflejan requisitos obligatorios y complementarios.

La pertenencia al club requiere cumplir con un **mínimo de requisitos**, los cuales serán establecidos en colaboración entre el Comité Nacional y los Comités locales y se expondrán en el futuro Manual del Club de Producto.

## 9.3. Certificaciones

La certificación es el documento que acredita la pertenencia al club de Producto de Turismo Pesquero o Marino. El beneficiario de la certificación será el profesional o empresa que presta el servicio; sin embargo, el objeto de la certificación podrá ser la actividad, la empresa o el establecimiento donde se ofrezca el servicio.

## 9.4. Criterios obligatorios y complementarios

Para la definición de los criterios contemplados en el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino, se ha tomado como referencia lo establecido en el *Estándar Finisterrae*.

En este sentido, atendiendo a los criterios establecidos por dicho estándar, para que la actividad que desarrolla una entidad, asociación o particular pueda adherirse se han definido los siguientes requisitos, que deberán cumplir los candidatos con el objeto de formar parte del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino.

A continuación se exponen, diferenciados por tipo de actividad, una amplia propuesta de los posibles criterios a cumplir por los interesados en formar parte



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

del club. En este sentido, se especifica si el criterio se podría considerar como obligatorios o como complementarios.

Una vez consensuados los criterios por la organización del Club, éstos se incluirán en el Manual del Club.



# GRUPO 1

## TURISMO A BORDO



**PESCA TURISMO/ RUTAS MARINERAS EN BARCO**

**Fecha evaluación**

**Actividad (denominación/descripción)**

**Titular del servicio**

**Nombre de la embarcación**

**Matrícula**

**Puerto Base**

**Teléfono**

**E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL</b>	27	13	40
<b>VERIFICADOS</b>			
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



<b>GRUPO 1- TURISMO A BORDO</b>			
<b>PESCA TURISMO/ RUTAS MARINERAS EN BARCO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>NORMATIVA LEGAL</b>			
La embarcación cumple con la normativa aplicable			
<input type="radio"/>	La embarcación cuenta con los permisos, pólizas y seguros necesarios para poder ejercer la actividad pesquera.		
<input type="radio"/>	La embarcación cuenta con seguro de responsabilidad civil para personal ajeno a la tripulación		
<input type="radio"/>	La embarcación tiene al día las diferentes revisiones técnicas y el certificado extendido por la autoridad competente en el que se establece el número máximo de personas a bordo (tripulación y personal ajeno).		
<input type="radio"/>	La embarcación pesquera notifica a la Capitanía Marítima el embarque de personas ajenas a la tripulación y esta notificación lleva el sello correspondiente		
<b>INTEGRACIÓN DE LA EMBARCACIÓN EN EL CLUB</b>			
La embarcación cumple con los siguientes requisitos básicos			
<input type="radio"/>	Su puerto base está en territorio nacional.		
<input type="checkbox"/>	El armador pertenece a una cofradía o asociación profesional de la actividad marinera del territorio de acción del club.		
La embarcación está preparada para ofrecer información sobre el club			
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.		
<input type="radio"/>	Se cuenta con copia del manual del club. El capitán y las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.		
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.		
La entidad prestadora del servicio promociona el club			
<input type="checkbox"/>	El punto de encuentro de los visitantes en el comienzo o finalización de la actividad, se ubica en un punto de información. Se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Existe un punto de venta de merchandising del club.		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	información debe ser lo más actualizada posible.		
C	El punto de información incluye reseñas sobre promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.		
O	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.		
O	Ofrece información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
<b>La embarcación colabora con los gestores del club</b>			
O	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
O	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
O	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes.		
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>			
O	Se ha establecido un protocolo de actuación ante posibles riesgos asociados a las visitas (caídas, etc.). Asimismo, se recogen las situaciones en las que la actividad por problemas ajenos a la entidad no pueda desarrollarse, principalmente climatológicas.		
O	El material o instrumentos que durante la visita esté establecido que utilicen los clientes están en buen estado. Se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios.		
O	Se informa de las incompatibilidades con respecto a la edad, enfermedades, problemas de movilidad, para realizar la actividad.		
O	El protocolo establece la disposición de los turistas y de la tripulación dentro de la embarcación, así como las zonas por las que se pueden mover.		
C	Se informa a la Cofradía o a cualquier organismo oficial de la hora de inicio y finalización de la actividad.		
C	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
O	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>Planificación de la actividad</b>			



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="radio"/>	La planificación incluye una descripción de la actividad, los trabajos a desarrollar por los turistas en su inmersión en las faenas diarias de los pescadores y su duración.		
<input type="checkbox"/>	Los miembros de la tripulación cooperan para asegurar el correcto desarrollo de la actividad.		
<input type="radio"/>	El turista está informado de cómo se va desarrollar la actividad, sus características, artes de pesca, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención, etc.		
<input type="radio"/>	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.		
<input type="checkbox"/>	En caso de que la duración de la actividad sea superior a dos horas, incluye alguna bebida y/o comida. Si la actividad incluye el alojamiento en la embarcación, esta dispone de ropa de cama limpia y en perfecto estado.		
<input type="radio"/>	El manual establece cómo actuar en caso de reclamación o sugerencia, la información que deben facilitar respecto a las actividades que ofrece el club, la forma de pago y de cancelación.		
<input type="radio"/>	El trato prestado por los gestores de la actividad, así como de los tripulantes de la embarcación es correcto.		
<input type="checkbox"/>	El número de trajes, aparejos y demás elementos básicos, necesarios para poder realizar las actividades a bordo, están adaptados al número de visitantes que se pueden embarcar.		
<b>Sistema de reservas</b>			
<input type="checkbox"/>	En el caso de que la reserva se realice directamente con el centro, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).		
<b>La embarcación cuenta con un manual de atención al cliente</b>			
<input type="radio"/>	La embarcación tiene desarrollado un protocolo de atención al público y está informado todo el personal que se relacione directamente con los visitantes.		
<input type="checkbox"/>	Está claramente definido el personal con funciones de atención al público. Este conoce el manual y lo aplica.		
<input type="checkbox"/>	El personal de atención al público se comunica con los turistas en castellano y/o inglés en función de su lugar de procedencia.		
<b>Lavabos para los visitantes</b>			
<input type="checkbox"/>	Para la prestación del servicio la embarcación cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del		





## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

material necesario.

### POLÍTICA DE MEJORA CONTINUA

La actividad cuenta con política de calidad			
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad		
Indicar cuál _____			



## GRUPO 2

# MARINERO EN TIERRA



*Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino*

**MARISQUEO A PIE**

**Fecha evaluación**

**Actividad (denominación/descripción)**

**Titular del servicio**

**Lugar de desarrollo**

**Teléfono**

**E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL VERIFICADOS</b>	27	5	32
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

GRUPO 2- MARINERO EN TIERRA			
MARISQUEO A PIE	SI	NO	
<b>NORMATIVA LEGAL</b>			
La actividad con la normativa			
<input type="radio"/>	Los profesionales del mar que participan en la actividad están dados de alta en el Régimen Especial de Trabajadores del Mar.		
<input type="radio"/>	La actividad dispone de seguro de responsabilidad civil.		
<b>INTEGRACIÓN DE LA ACTIVIDAD EN EL CLUB</b>			
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos			
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional y cuenta con un espacio para la recepción de los turistas.		
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.		
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.		
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector pesquero atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.		
La entidad prestadora del servicio promociona el club			
<input type="radio"/>	El punto de encuentro de los visitantes en el comienzo o finalización de la actividad, se ubica en un punto de información. Se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Asimismo se ubica un punto de venta de merchandising del club.		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.		
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)		
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.		
<input type="radio"/>	Ofrece información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club			
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>			
Condiciones de seguridad			
<input type="radio"/>	Se ha establecido un protocolo de actuación ante posibles riesgos asociados a las visitas (caídas, etc.). Asimismo, se recogen las situaciones en las que la actividad por problemas ajenos a la entidad no pueda desarrollarse, principalmente climatológicas.		
<input type="radio"/>	El material o instrumentos que durante la visita esté establecido que utilicen los clientes están en buen estado. Se informa a los clientes la manera de usar dichos utensilios.		
<input type="radio"/>	Se informa de las incompatibilidades con respecto a la edad, enfermedades, problemas de movilidad, para realizar la actividad.		
<input type="checkbox"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="radio"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
La actividad cuenta con una planificación idónea.			
<input type="radio"/>	La planificación incluye una descripción de la actividad, los trabajos a desarrollar por los turistas en su inmersión en las faenas diarias de los pescadores y su duración.		
<input type="radio"/>	El turista está informado de cómo se va desarrollar la actividad, sus características, artes de pesca, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención, etc.		
<input type="radio"/>	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.		
<input type="radio"/>	El manual establece cómo actuar en caso de reclamación o sugerencia, la		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	información que deben facilitar respecto a las actividades que ofrece el club, la forma de pago y de cancelación.		
<input type="radio"/>	El trato prestado por los gestores de la actividad, así como del personal que da el servicio es correcto.		
<input checked="" type="radio"/>	La entidad prestadora del servicio cuenta con un sistema de reservas en el que se informe de los requisitos a cumplir para poder desarrollar la actividad. Se solicita los datos de contacto de los clientes, se informa de los precios, condiciones de pago así como de las posibilidades de cancelación de la actividad por alguna de las partes.		

### INSTALACIONES

	<b>Lavabos para los visitantes/señalización</b>		
<input checked="" type="radio"/>	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		
<input type="radio"/>	Cuenta con un espacio para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.		
<input type="radio"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		

### MEJORA CONTINUA

	<b>Política de calidad</b>		
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input checked="" type="radio"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
<input checked="" type="radio"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad.		
Indicar cuál _____			





<b>GRUPO 2-MARINERO EN TIERRA</b>		
<b>OFICIOS DEL MAR / COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS Y ACUÍCOLAS / RUTAS MARINERA EN TIERRA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>NORMATIVA LEGAL</b>		
La actividad cumple con la normativa		
<input type="radio"/>	Cuenta con licencia de apertura, en caso de que sea legalmente necesario,	
<input type="radio"/>	La actividad dispone de un seguro de responsabilidad civil que cubra a los clientes ante posibles eventualidades.	
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>		
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos		
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional	
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.	
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.	
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.	
La entidad prestadora del servicio promociona el club		
<input type="radio"/>	El punto de encuentro de los visitantes en el comienzo o finalización de la actividad, se ubica en un punto de información. Se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Asimismo se ubica un punto de venta de merchandising del club.	
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.	
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.	
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.	
<input type="radio"/>	Ofrece información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.	





## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club		
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.	
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes	
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.	
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>		
Promoción de la actividad		
<input type="radio"/>	Los establecimientos cuentan con un calendario de actividades. Disponen de material informativo y promocional para los clientes.	
<input type="radio"/>	Se dispone de un sistema de aviso ante posibles alteraciones en el programa de eventos.	
<input type="radio"/>	La entidad cuenta con un protocolo de planificación de actividades, en el que se especifica para cada una de las actividades los destinatarios, en qué consiste la actividad, el recorrido, duración, precio, etc.	
C	Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante.	
C	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.	
C	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.	
Las actividades se desarrollan en condiciones de seguridad.		
<input type="radio"/>	La actividad tiene un protocolo de prevención de riesgos y de actuación asociados a las actividades que ofertan.	
<input type="radio"/>	El material y los útiles necesarios para realizar la actividad están revisados y en buen estado.	
<input type="radio"/>	Las personas encargadas de guiar la realización de esta actividad conocen el protocolo de actuación en caso de surgir cualquier eventualidad. Conocen la ubicación de los medios de seguridad de las instalaciones y saben hacer uso de ellos.	
C	Las actividades tienen indicadas un número máximo de visitantes.	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

Planificación de la actividad/reservas			
O	El personal del establecimiento está informado del trato requerido para poder prestar el servicio (amabilidad, educación), de la duración del mismo y la metodología para poder prestar un servicio excelente a los clientes.		
C	Está establecido y señalizado el recorrido de la actividad, con el fin de no interrumpir los trabajos que se estén desarrollando en el momento de la visita, así como para garantizar la seguridad de los visitantes.		
O	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Asimismo el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.		
C	La planificación incluye una descripción de la actividad, los trabajos a desarrollar por los turistas en su inmersión en la cultura y tradiciones marineras y su duración.		
C	El turista recibe documentación informativa relativa a la actividad que está desarrollando: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de etiquetado, tratamiento del pescado, sistemas de subastas y pujas, métodos de conservación, etc. en el caso de la actividad de comercialización.</li> <li>• Monumentos, las costumbres, el patrimonio natural, etc. en el caso de la actividad rutas marineras en tierra.</li> <li>• los distintos oficios relacionados con el sector, los artes de pesca, zonas del barco, etc. Para la actividad oficios del mar.</li> </ul>		
O	Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		
O	El centro tiene desarrollado un protocolo de atención al público y está informado todo el personal que se relacione directamente con los visitantes		
O	El manual establece cómo actuar en caso de reclamación o sugerencia, la información que deben facilitar respecto a las actividades que ofrece el club, la forma de pago y de cancelación.		
C	La entidad prestadora del servicio cuenta con un sistema de reservas en el que se informe de los requisitos a cumplir para poder desarrollar la actividad. Se solicita los datos de contacto de los clientes, se informa de los precios, condiciones de pago así como de las posibilidades de cancelación de la actividad por alguna de las partes.		
C	Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto servicio a los visitantes extranjeros.		
C	En el caso de visitas a instalaciones de transformación y comercialización esta incluye todas las etapas del proceso productivo.		
C	Al final de la visita, el turista puede adquirir productos en las instalaciones		



<b>INSTALACIONES</b>		
<b>Instalaciones/señalización</b>		
<input type="radio"/>	Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.	
<input type="checkbox"/>	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.	
<input type="checkbox"/>	Las instalaciones, elementos decorativos y demás partes de las instalaciones están en perfectas condiciones de uso.	
<input type="radio"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.	
<input type="radio"/>	El interior de las instalaciones está debidamente señalizado para facilitar la visita	
<b>MEJORA CONTINUA</b>		
<b>Política de calidad</b>		
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.	
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.	
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad.	
Indicar cuál _____		
<b>REQUISITOS ADICIONALES: SERVICIOS DE DEGUSTACIÓN</b>		
<input type="radio"/>	En caso de que se proporcione al turista un servicio de degustación, siempre será de productos elaborados en las propias instalaciones.	
<input type="checkbox"/>	La degustación se hará en una sala separada y se establecerá una metodología para el proceso de limpieza de la misma, así como de los utensilios necesarios para poder dar este servicio.	



**ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS/GASTRONOMÍA MARINERA**

**Fecha evaluación**

**Nombre del establecimiento**

**Titular del servicio**

**Lugar**

**Teléfono**

**E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL VERIFICADOS</b>	29	15	44
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



<b>GRUPO 2- MARINERO EN TIERRA</b>		
<b>ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS/GASTRONOMÍA MARINERA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>NORMATIVA LEGAL</b>		
El establecimiento cumple con la normativa		
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con los permisos y licencias necesarias para su apertura.	
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con hoja de reclamaciones a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Está adaptado, cumpliendo la normativa de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas.	
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>		
El establecimiento cumple con los siguientes requisitos básicos		
<input type="radio"/>	El establecimiento está en el territorio de acción del club.	
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.	
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.	
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.	
La entidad prestadora del servicio promociona el club		
<input type="radio"/>	Existe un punto/os de información donde se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Existe un punto de venta de merchandising del club.	
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.	
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)	
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.	
<input type="radio"/>	Ofrece información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	pueden realizar en el territorio.		
<input type="radio"/>	El establecimiento de restauración ofrece al menos un producto alimenticio de los ofertados en el merchandising.		
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>			
<b>La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club</b>			
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes.		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<input type="radio"/>	El establecimiento se compromete a participar al menos una vez al año, en los eventos organizados por el club para promover la gastronomía marinera.		
<input type="radio"/>	En el caso de las rutas de tapa/gastronomía marinera, estas tienen predominio de productos pesqueros. Los platos que ofrecen están basados en la gastronomía tradicional de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En caso de que los clientes lo soliciten, el personal que presta el servicio puede ofrecer información relativa a los productos que se ofrecen en la carta, degustación, cursos, ferias gastronómicas, etc., relativas a la especie, zona de captura o lonja de procedencia.		
<input type="checkbox"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>Decoración del lugar donde se desarrolla la actividad</b>			
<input type="checkbox"/>	Cuenta con elementos decorativos de temática marinera en los espacios comunes (comedor, recepción, salones, etc.)		
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>			
<b>Protocolo de atención al cliente</b>			
<input type="radio"/>	El personal ubicado en el lugar de desarrollo de la actividad está informado del trato requerido para poder prestar el servicio (amabilidad, educación), de la duración del mismo y la metodología para poder prestar un servicio excelente a los clientes.		
<input type="radio"/>	El protocolo establece la información relativa al club que todos deben conocer. Tipo de actividades que ofrece el club, material disponible para los		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	visitantes.		
C	Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto servicio a los visitantes extranjeros.		
O	El protocolo establece el procedimiento de cobro, facturación y despedida. Así como la forma de actuar ante posibles eventualidades.		
C	Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante de empresas pertenecientes al club.		
C	Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		
<b>Atención al público/reservas</b>			
C	En el caso de que la reserva se realice directamente con el centro, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si esta actividad está dentro de un paquete de servicios.		
<b>INSTALACIONES</b>			
<b>Instalaciones y señalización del establecimiento</b>			
C	La decoración del establecimiento mantiene un estilo decorativo armonioso, acogedor y agradable.		
O	Todos los espacios están limpios y cumplen con la normativa higiénico sanitaria correspondiente		
C	Los espacios destinados a desarrollar las actividades cuentan con la iluminación necesaria tanto en las zonas interiores como exteriores.		
O	En caso de contar con un espacio exterior en el que se ofrezca o no servicio de restauración, se encuentra en buen estado y ofrecen un aspecto cuidado (zonas ajardinadas, mobiliario).		
O	Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.		
O	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		
O	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		
O	La zona de cocinas, barra y demás espacios que estén en contacto con productos alimenticios, cumplen la normativa vigente, cumplen con el sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) que garanticen la		



**Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

	inocuidad de los alimentos.		
<input type="radio"/>	El personal que esté en contacto con alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos		
<b>MEJORA CONTINUA</b>			
<b>Política de calidad</b>			
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad.		
Indicar cuál _____			
<b>Política de gestión ambiental</b>			
<input type="checkbox"/>	Disponen de un manual ambiental en el que se expone las obligaciones legales con respecto a la gestión de residuos, ruidos, ahorro energético y calidad atmosférica.		
<input type="checkbox"/>	Anualmente se revisan todos los criterios ambientales, análisis de los resultados y establecimiento de nuevos objetivos y revisión del manual medioambiental		





**ACTIVIDADES SOCIO-CULTURALES MARINERAS**

**Fecha evaluación**

**Actividad (denominación/descripción)**

**Titular del servicio**

**Lugar de desarrollo**

**Teléfono**

**E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL</b>	24	6	30
<b>VERIFICADOS</b>			
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



<b>GRUPO 2- MARINERO EN TIERRA</b>			
<b>ACTIVIDADES SOCIO-CULTURALES MARINERAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>NORMATIVA LEGAL</b>			
Los centros donde se ubique la actividad cumple con la normativa			
<input type="radio"/>	Cuenta con licencia de apertura, en caso de que sea legalmente necesario.		
<input type="radio"/>	La actividad dispone de un seguro de responsabilidad civil que cubra a los clientes ante posibles eventualidades.		
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>			
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos			
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional.		
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.		
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.		
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector pesquero que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.		
La entidad prestadora del servicio promociona el club			
<input type="radio"/>	El punto de encuentro de los visitantes en el comienzo o finalización de la actividad, se ubica en un punto de información. Se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Existe un punto de venta de merchandising del club.		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.		
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)		
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.		
<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club			



## Bases para la creación del futuro club de *Producto de Turismo Pesquero o Marinero*

<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>			
<b>Promoción y planificación de la actividad</b>			
<input type="radio"/>	Los establecimientos cuentan con un calendario de actividades. Disponen de material informativo y promocional para los clientes.		
<input type="radio"/>	Se dispone de un sistema de aviso ante posibles alteraciones en el programa de eventos.		
<input type="checkbox"/>	Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante.		
<input type="radio"/>	La entidad cuenta con un protocolo de planificación de actividades, en el que se especifica para cada una de ellas, las actividades, los destinatarios, en qué consiste la actividad, el recorrido, duración, precio, etc.		
<input type="checkbox"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>Atención al público/reservas</b>			
<input type="radio"/>	El centro tiene desarrollado un protocolo de atención al público y está informado todo el personal que se relacione directamente con los visitantes		
<input type="checkbox"/>	En el caso de que la reserva se realice directamente con el centro, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).		
<b>INSTALACIONES</b>			
<b>Lavabos para los visitantes/señalización</b>			
<input type="radio"/>	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		



**Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

<input type="checkbox"/>	Los espacios destinados a desarrollar las actividades cuentan con la iluminación necesaria y acorde a la exposición de temática marinera y acuícola que alberga.		
<input type="checkbox"/>	Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.		
<input type="checkbox"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		

**MEJORA CONTINUA**

	<b>Política de calidad</b>		
<input type="checkbox"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.		
<input type="checkbox"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad.		

Indicar cuál \_\_\_\_\_



# GRUPO 3

# ACUITURISMO



*Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino*

**ACUITURISMO**

**Fecha evaluación**

**Actividad (denominación/descripción)**

**Titular del servicio**

**Lugar de desarrollo**

**Teléfono**

**E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL VERIFICADOS</b>	29	13	42
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



<b>GRUPO 3-ACUITURISMO</b>			
<b>ACUITURISMO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>NORMATIVA LEGAL</b>			
Los centros donde se ubique la actividad cumple con la normativa			
<input type="radio"/>	Cuenta con licencia de apertura, en caso de que sea legalmente necesario.		
<input type="radio"/>	La actividad dispone de un seguro de responsabilidad civil que cubra a los clientes ante posibles eventualidades.		
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>			
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos			
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional		
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.		
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.		
<input type="radio"/>	Los profesionales acuícolas que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.		
La entidad prestadora del servicio promociona el club			
<input type="radio"/>	El punto de encuentro de los visitantes en el comienzo o finalización de la actividad, se ubica en un punto de información. Se suministra un display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar. Existe un punto de venta de merchandising del club.		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.		
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.		
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.		
<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club			



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>			
<b>Promoción y planificación de la actividad</b>			
<input type="radio"/>	Los establecimientos cuentan con un calendario de actividades. Disponen de material informativo y promocional para los clientes		
<input type="radio"/>	Se dispone de un sistema de aviso ante posibles alteraciones en el programa de eventos.		
<input type="checkbox"/>	Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante.		
<input type="radio"/>	La entidad cuenta con un protocolo de planificación de actividades, en el que se especifica para cada una de las actividades los destinatarios, en qué consiste la actividad, el recorrido, duración, precio, etc.		
<input type="checkbox"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<input type="radio"/>	En caso de que el establecimiento imparta formación, la sala de formación está preparada para ello.		
<input type="checkbox"/>	Los turistas pueden degustar los productos capturados y/o los obtenidos en las piscifactorías.		
<b>Las actividades se desarrollan en condiciones de seguridad.</b>			
<input type="radio"/>	El establecimiento tiene un protocolo de prevención de riesgos y de actuación asociados a las actividades que ofertan.		
<input type="radio"/>	El material y los útiles necesarios para realizar la actividad están revisados y en buen estado.		
<input type="radio"/>	Los acuicultores profesionales están informados en todo momento de los instrumentos que deben utilizar en cada paso de la actividad, así como de los posibles riesgos de realizar la actividad.		





## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="checkbox"/>	Están definidas las características especiales, de salud, edad, climatológicas o cualquier otra circunstancia que imposibilite la realización de la actividad.		
<input type="checkbox"/>	Las actividades desarrolladas se recogen en un manual en el que analiza los riesgos, cómo prevenirlos y el protocolo de actuación en caso de accidente.		
<b>Atención al público/reservas</b>			
<input type="checkbox"/>	El personal del establecimiento está informado del trato requerido para poder prestar el servicio (amabilidad, educación), de la duración del servicio y la metodología para poder prestar un servicio excelente a los clientes.		
<input type="checkbox"/>	El establecimiento establece información relativa al club que todos deben conocer. Tipo de actividades que ofrece el club, material disponible para los visitantes.		
<input type="checkbox"/>	Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto servicio a los visitantes extranjeros.		
<input type="checkbox"/>	Se indica al personal el procedimiento de cobro, facturación y despedida.		
<input type="checkbox"/>	Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		
<input type="checkbox"/>	El centro tiene desarrollado un protocolo de atención al público y está informado todo el personal que se relacione directamente con los visitantes.		
<input type="checkbox"/>	En el caso de que la reserva se realice directamente con el centro, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).		
<b>INSTALACIONES</b>			
<b>Instalaciones/señalización</b>			
<input type="checkbox"/>	Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.		
<input type="checkbox"/>	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y vestuarios, los cuales se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		
<input type="checkbox"/>	Las instalaciones, elementos decorativos y demás partes de las instalaciones están en perfectas condiciones de uso.		
<input type="checkbox"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		
<b>MEJORA CONTINUA</b>			



## *Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino*

Política de calidad		
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.	
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.	
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad a nivel nacional	
Indicar cuál _____		



# GRUPO 4

## OTROS SERVICIOS



*Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino*

**COMERCIO MARINERO**

**Fecha evaluación**

**Nombre del establecimiento**

**Titular del servicio**

**Lugar**

**Teléfono**                      **E-mail**

**Observaciones**

	OBLIGATORIOS	COMPLEMENTARIOS	TOTAL
<b>TOTAL VERIFICADOS</b>	19	7	26
<b>% VERIFICADOS</b>			
	<b>APTO</b>	<b>NO APTO</b>	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

GRUPO 4- OTROS SERVICIOS			
COMERCIO MARINERO	SI	NO	
<b>NORMATIVA LEGAL</b>			
Los centros donde se ubique la actividad cumple con la normativa			
<input type="radio"/>	Cuenta con licencia de apertura, en caso de que sea legalmente necesario		
<input type="radio"/>	La actividad dispone de un seguro de responsabilidad civil que cubra a los clientes ante posibles eventualidades.		
<input type="radio"/>	Cumplen con las normas de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas.		
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>			
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos			
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional.		
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.		
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.		
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector turístico que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.		
La entidad prestadora del servicio promociona el club			
<input type="radio"/>	Existe un punto de información donde se encuentra display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar.		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.		
<input type="radio"/>	El punto de información incluye información relativa a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)		
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del club.		
<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
<input type="checkbox"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

C	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
---	--	--	--

### INSTALACIONES

	Adecuación de las instalaciones		
C	La decoración y el aspecto del establecimiento son agradables y presenta un aspecto cuidado.		
O	Los expositores y demás mobiliario no están deteriorados.		
C	Los lineales, góndolas y demás expositores permiten el paso de los clientes por los pasillos de manera cómoda. Los productos están divididos en secciones.		
O	La posición de los productos en los estantes es ordenada y de fácil acceso para los clientes.		
C	Cuenta con la iluminación necesaria y acorde tanto para interiores como exteriores.		
O	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		

### MEJORA CONTINUA

	Política de calidad		
O	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes.		
O	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
C	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
C	La entidad dispone de algún certificado de calidad a nivel nacional		

Indicar cuál \_\_\_\_\_

### CRITERIOS EXTRAS: COMERCIOS ALIMENTARIOS

	Ofrece productos locales		
O	Cuenta con un catálogo, disponible para el consumidor, en el que se informa de los oferta de producciones alimentarias locales, con indicación de su origen. Se entiende por producciones alimentarias locales aquellas que están basadas en productos del mar extraídos o desembarcados en el territorio ya que están basadas en productos del mar y elaboradas en talleres o industrias del territorio.		



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino***

- Ofrece información sobre estos productos: proceso de elaboración, especies trabajadas, cualidades gastronómicas.







<b>GRUPO 4- OTROS SERVICIOS</b>		
<b>RESTAURANTES MARINEROS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>NORMATIVA LEGAL</b>		
El establecimiento cumple con la normativa		
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con los permisos y licencias necesarias para su apertura.	
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con hoja de reclamaciones a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Está adaptado, cumpliendo la normativa de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas.	
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>		
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos		
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional	
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.	
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.	
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector turístico que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del club.	
La entidad prestadora del servicio promociona el club		
<input type="radio"/>	Existe un punto de información donde se encuentra display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar.	
<input type="radio"/>	Existe un punto de venta de merchandising del club.	
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas y sobre el club (su web, actividades...). Esta información debe ser lo más actualizada posible.	
<input type="radio"/>	El punto de información incluye información relativa a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)	
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del club.	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
<input type="checkbox"/>	El establecimiento de restauración ofrece al menos un producto alimenticio de los ofertados en el merchandising.		
<b>La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club</b>			
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<input type="radio"/>	El establecimiento se compromete a participar al menos una vez al año, en los eventos organizados por el club para promover la gastronomía marinera.		
<input type="radio"/>	La carta que ofrece a sus clientes, tiene predominio de productos pesqueros. Los platos que ofrecen están basados en la gastronomía tradicional de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En caso de que los clientes lo soliciten, el personal que presta el servicio puede ofrecer información relativa a los productos que se ofrecen en la carta, especie, zona de captura, lonja de procedencia...		
<input type="checkbox"/>	El establecimiento está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="checkbox"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>Decoración del establecimiento</b>			
<input type="checkbox"/>	Cuenta con elementos decorativos de temática marinera en los espacios comunes (comedor, recepción, salones, etc.)		
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>			
<b>Protocolo de atención al cliente</b>			
<input type="radio"/>	El personal del establecimiento está informado del trato requerido para poder prestar el servicio (amabilidad, educación), de la duración del servicio y la metodología para poder prestar un servicio excelente a los clientes.		
<input type="radio"/>	Existe un protocolo de atención al cliente donde se establece la información relativa al club que todos deben conocer. Tipo de actividades que ofrece el club, material disponible para los visitantes.		
<input type="checkbox"/>	Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	servicio a los visitantes extranjeros.		
<input type="radio"/>	El protocolo recoge el procedimiento de cobro, facturación y despedida, así como el procedimiento de actuación ante posibles eventualidades.		
<input type="checkbox"/>	Dispone de dispositivos (folletos, web, etc.) en el que se informa de las actividades programadas, fechas, ubicación, horarios y demás datos de interés para el visitante de empresas pertenecientes al club.		
<input type="checkbox"/>	Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		
<b>Atención al público/reservas</b>			
<input type="checkbox"/>	En el caso de que la reserva se realice directamente con el establecimiento, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si esta actividad está dentro de un paquete de servicios.		
<b>INSTALACIONES</b>			
<b>Instalaciones y señalización del establecimiento</b>			
<input type="checkbox"/>	La decoración del establecimiento mantiene un estilo decorativo armonioso, acogedor y agradable.		
<input type="radio"/>	Todos los espacios están limpios y cumplen con la normativa higiénico sanitaria correspondiente		
<input type="checkbox"/>	Los espacios destinados a desarrollar las actividades cuentan con la iluminación necesaria tanto en las zonas interiores como exteriores.		
<input type="checkbox"/>	En caso de contar con un espacio exterior en el que se ofrezca o no servicio de restauración, se encuentra en buen estado y ofrecen un aspecto cuidado (zonas ajardinadas, mobiliario).		
<input type="radio"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		
<input type="radio"/>	Para la prestación del servicio la entidad cuenta con lavabos y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		
<input type="radio"/>	La zona de cocinas, barra y demás espacios que estén en contacto con productos alimenticios, cumplen la normativa vigente, cumplen con el sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) que garantizan la inocuidad de los alimentos.		
<input type="radio"/>	El personal que esté en contacto con alimentos posee el carnet de manipulador de alimentos		



<b>MEJORA CONTINUA</b>			
<b>Política de calidad</b>			
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad a nivel nacional		
Indicar cuál _____			
<b>Política de gestión ambiental</b>			
<input type="checkbox"/>	Disponen de un manual ambiental en el que se expone las obligaciones legales con respecto a la gestión de residuos, ruidos, ahorro energético y calidad atmosférica.		
<input type="checkbox"/>	Anualmente se revisan todos los criterios ambientales, análisis de los resultados y establecimiento de nuevos objetivos y revisión del manual medioambiental		





**Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

<b>GRUPO 4- OTROS SERVICIOS</b>		
<b>ALOJAMIENTO MARINERO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>NORMATIVA LEGAL</b>		
El establecimiento cumple con la normativa		
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con los permisos y licencias necesarias para su apertura.	
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con hoja de reclamaciones a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario.	
<input type="radio"/>	Está adaptado, cumpliendo la normativa de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas.	
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>		
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos		
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional	
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.	
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.	
<input type="radio"/>	Si el establecimiento no sólo desarrolla la actividad de alojamiento sino que también ofrece la actividad de restaurantes marineros, adicionalmente deberá cumplir los requisitos de esta actividad. Tanto si la oferta de restauración está abierta al público o es solamente para las personas alojadas en el hotel.	
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector turístico que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.	
La entidad prestadora del servicio promociona el club		
<input type="radio"/>	Existe un punto de información del club en el que se suministra display con información sobre las actividades que los turistas pueden realizar.	
<input type="radio"/>	Existe un punto de venta de merchandising del club.	
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas, así como de los eventos temporales del	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

	club. Esta información debe ser lo más actualizada posible.		
<input type="radio"/>	El punto de información incluye reseñas relativas a la promoción de eventos temporales del club, fiestas gastronómicas de temática marinera, jornadas marineras, etc.)		
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del club.		
<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
<input type="checkbox"/>	Si el establecimiento cuenta con servicio de restauración ofrece al menos un producto alimenticio de los ofertados en el merchandising.		
<b>La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club</b>			
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<input type="radio"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="radio"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>Decoración del establecimiento</b>			
<input type="checkbox"/>	Cuenta con elementos decorativos de temática marinera en los espacios comunes (comedor, recepción, salones, etc.)		
<input type="radio"/>	Cuenta con elementos decorativos de temática marinera en las habitaciones		
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>			
<b>Protocolo de atención al cliente</b>			
<input type="radio"/>	El personal del establecimiento está informado del trato requerido para poder prestar el servicio (amabilidad, educación). Existe una metodología para poder prestar un servicio excelente a los clientes.		
<input type="radio"/>	El protocolo establece la información relativa al club que todos deben conocer. Tipo de actividades que ofrece el club, material disponible para los visitantes.		



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="checkbox"/>	C Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto servicio a los visitantes extranjeros.		
<input type="checkbox"/>	O El protocolo recoge el procedimiento de cobro, facturación y despedida. Establece el procedimiento a seguir ante posibles eventualidades.		
<input type="checkbox"/>	C Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		

### Reservas

<input type="checkbox"/>	C En el caso de que la reserva se realice directamente con el centro, este tiene publicadas en un espacio visible las normas del servicio. Se informará de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si esta actividad está dentro de un paquete de servicios.		
--------------------------	---	--	--

## INSTALACIONES

### Instalaciones y señalización del establecimiento

<input type="checkbox"/>	C La decoración del establecimiento mantiene un estilo decorativo armonioso, acogedor y agradable.		
<input type="checkbox"/>	O Todos los espacios están limpios y cumplen con la normativa higiénico sanitaria correspondiente		
<input type="checkbox"/>	C Los espacios destinados a desarrollar las actividades cuentan con la iluminación necesaria tanto en las zonas interiores como exteriores.		
<input type="checkbox"/>	C En caso de contar con un espacio exterior en el que se ofrezca o no servicio de restauración, se encuentra en buen estado y ofrecen un aspecto cuidado (zonas ajardinadas, mobiliario).		
<input type="checkbox"/>	O Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados. Los espacios a utilizar por los clientes están señalizados de manera clara mediante rótulos.		
<input type="checkbox"/>	O La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		
<input type="checkbox"/>	O Los lavabos tanto de las habitaciones como los situados en las zonas comunes y se encuentran con las condiciones higiénico-sanitarias esperadas y provistas del material necesario.		
<input type="checkbox"/>	O El establecimiento cumple con la normativa referente a las medidas de los espacios comunes y no comunes en función de su categoría.		

## MEJORA CONTINUA

### Política de calidad





## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino

<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan.		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad a nivel nacional.		
Indicar cuál _____			
<b>Política de gestión ambiental</b>			
<input type="checkbox"/>	Disponen de un manual ambiental en el que se expone las obligaciones legales con respecto a la gestión de residuos, ruidos, ahorro energético y calidad atmosférica.		
<input type="checkbox"/>	Anualmente se revisan todos los criterios ambientales, análisis de los resultados y establecimiento de nuevos objetivos y revisión del manual medioambiental		





## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

GRUPO 4- OTROS SERVICIOS		
AGENCIAS DE RECEPTIVO	SI	NO
<b>NORMATIVA LEGAL</b>		
El establecimiento cumple con la normativa		
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con los permisos, seguros y licencias necesarias para su apertura y el desarrollo de su actividad.	
<input type="radio"/>	El establecimiento cuenta con hoja de reclamaciones a disposición de los clientes.	
<input type="radio"/>	Está dado de alta en el registro de actividades turísticas en caso de que fuera necesario.	
<input type="radio"/>	Está adaptado, cumpliendo la normativa de accesibilidad física y eliminación de barreras arquitectónicas.	
<b>INTEGRACIÓN DEL CENTRO AL CLUB</b>		
La actividad cumple con los siguientes requisitos básicos		
<input type="radio"/>	La actividad se desarrolla en territorio nacional	
<input type="radio"/>	El certificado de pertenencia al club está ubicado en un lugar visible.	
<input type="radio"/>	La entidad que presta el servicio tiene copia del Manual del club. Las personas que estén en contacto con los clientes tienen conocimiento de la existencia del mismo.	
<input type="radio"/>	Los profesionales del sector turístico que atienden a los clientes tienen formación específica del club para poder ofrecer información del mismo.	
<input type="radio"/>	La agencia ofrece a lo largo del año actividades del club.	
<input type="radio"/>	La agencia ofrece como mínimo durante 6 meses: <ul style="list-style-type: none"> <li>• actividades marineras o actividades de temática marinera</li> <li>• oferta combinada que incluya actividades marineras o de temática marinera.</li> </ul>	
La entidad prestadora del servicio promociona el club		
<input type="radio"/>	El personal está capacitado para informar sobre los datos de contacto de las oficinas de turismo más cercanas, así como de los eventos temporales del club. Esta información debe ser lo más actualizada posible.	
<input type="radio"/>	La documentación promocional de la actividad indica su pertenencia al club e incluye un enlace a la página web del mismo.	



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero

<input type="radio"/>	Facilita información sobre actividades ofrecidas por los socios del club y que se pueden realizar en el territorio.		
<input type="checkbox"/>	Cuenta con un punto de venta de merchandising del club.		
<b>La entidad prestadora del servicio colabora con los gestores del club</b>			
<input type="radio"/>	Avisa al órgano competente de cualquier incidencia sobre la calidad del club, así como de las posibles erratas en la publicación de la información, datos obsoletos, etc.		
<input type="radio"/>	Dispone de encuestas de satisfacción para los clientes		
<input type="radio"/>	La persona interlocutora con el club, informa puntualmente de las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, así como los precios, fechas, ubicación y horarios.		
<input type="radio"/>	El desarrollo de la actividad está incluido en un paquete de oferta turística de la zona.		
<input type="radio"/>	En el caso de combinar esta actividad con otra que también esté dentro de la oferta del club deberá cumplir también los requisitos establecidos para la actividad adicional.		
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>			
<b>Protocolo de atención al cliente</b>			
<input type="radio"/>	Existe un protocolo de atención al cliente donde se establece información relativa al club y el cual todos deben conocer. Tipo de actividades que ofrece el club, material disponible para los visitantes.		
<input type="radio"/>	Sugiere la utilización de un idioma diferente al castellano para el correcto servicio a los visitantes extranjeros.		
<input type="radio"/>	El protocolo establece el procedimiento de cobro, facturación y despedida. Incluye el procedimiento de actuación ante posibles eventualidades.		
<input type="checkbox"/>	Cada uno de los empleados conoce cuáles son sus funciones. El personal que esté en contacto directo con los turistas conoce este protocolo de actuación.		
<b>INSTALACIONES</b>			
<b>Instalaciones y señalización del establecimiento</b>			
<input type="checkbox"/>	La decoración del establecimiento mantiene un estilo decorativo armonioso, acogedor y agradable.		
<input type="radio"/>	Todos los espacios están limpios y cumplen con la normativa higiénico sanitaria correspondiente		
<input type="radio"/>	Los espacios destinados a desarrollar las actividades cuentan con la iluminación necesaria tanto en las zonas interiores como exteriores.		



**Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino**

<input type="radio"/>	En caso de contar con un espacio exterior, se encuentra en buen estado y ofrecen un aspecto cuidado (zonas ajardinadas, mobiliario).		
<input type="radio"/>	Cuenta con una recepción para recibir a los turistas bien señalizados.		
<input type="radio"/>	La señalización exterior cumple con la normativa municipal o la aplicable a las zonas de puertos, espacios naturales o bienes patrimoniales.		
<b>MEJORA CONTINUA</b>			
	<b>Política de calidad</b>		
<input type="radio"/>	Existen hojas de reclamaciones en los establecimientos prestadores del servicio. Asimismo, hay un buzón de sugerencias a disposición de los clientes		
<input type="radio"/>	Se realizan evaluaciones de la calidad de los servicios entre los clientes y el personal vinculado a la actividad. Se analizan la consecución de los objetivos marcados inicialmente por las entidades.		
<input type="checkbox"/>	De entre el equipo que ofrece el servicio hay una persona encargada de la calidad de los servicios que se prestan		
<input type="checkbox"/>	La entidad dispone de algún certificado de calidad a nivel nacional		
Indicar cuál _____			



### 9.5. Permanencia

Una vez que los profesionales, empresas y entidades se hayan adherido al club de Producto Turismo Pesquero o Marinero su permanencia estará asegurada siempre y cuando superen las evaluaciones que podrán ser realizadas por el Equipo Técnico y paguen la cuota anual correspondiente.

Esta evaluación determinará si los socios están cumpliendo con sus obligaciones, entre las que destacan la adecuación y cumplimiento de los requisitos establecidos, el pago de cuota, etc. Además se evaluarán las obligaciones estipuladas para los socios y el comportamiento del candidato o socio para con el club.

El Manual de Producto recogerá de manera más extensa las condiciones para la permanencia en el club, así como las causas de baja del Club.



## 10. Implantación del club: destinos piloto

El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero persigue establecer una serie de criterios y procedimientos comunes a todos los actores del sector que quieran adherirse con el fin de garantizar una determinada calidad en los servicios y productos que se puedan ofertar bajo esta denominación.

El Manual del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero es la base para ello, y una vez finalizado y estructurada su gestión, será necesario llevar a cabo una implantación piloto.

La implantación del club en destinos piloto es una fase determinante para poder corregir posibles errores de funcionamiento, de criterios y principalmente para comprobar la acogida del club, no solamente ante los posibles demandantes de productos o servicios del club, sino también frente a los posibles miembros, ya que la experiencia piloto puede servir de referente.

La implantación en destinos piloto debe llevarse a cabo sobre aquellos actores impulsores o aquellos que se hayan involucrado de manera más activa en el club de producto; no obstante, se podría complementar seleccionando empresas y profesionales que vienen desarrollando iniciativas en este sentido y que puedan y quieran colaborar en la puesta en práctica del club.

Existen importantes iniciativas relacionadas, en mayor o menor grado, con las actividades de turismo pesquero o marinero y acuícola incluidas en este club, que se vienen desarrollando en diferentes regiones de España y, por tanto, sería conveniente involucrarlas en la implantación piloto del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.

### 10.1. Factores clave para el éxito

El eje conductor de este club de producto es el turismo pesquero o marinero, la unión de estos dos conceptos (sector pesquero y sector turístico) permitirá ofrecer una serie de servicios y productos singulares e inconfundibles.

De la fusión de estos conceptos, del emprendimiento, de la asociación de empresarios y de la búsqueda de fórmulas para diversificar la actividad pesquera nace el Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

Una vez creado el club hay que asegurar su perdurabilidad, que se mantenga en el tiempo y que se adapte a los cambios de la demanda. Uno de los puntos fundamentales para que el club tenga continuidad es que sea flexible, vivo y evolutivo.

En este sentido, el éxito del club estará asegurado a través del éxito de sus miembros, los cuales deben garantizar el cuidado de la imagen del club, pues es a través de esta imagen como se posicionan en el mercado.

El club debe trasladar a los clientes finales una imagen de confianza, de ahí la importancia de que sus miembros aporten calidad a sus servicios y cumplan las expectativas de los clientes.

Cuando un cliente se decide a disfrutar de una actividad ofrecida en el marco del club, se crea ciertas ideas antes de recibir el servicio. La labor del miembro que desarrolla esa actividad es satisfacer dichas expectativas e incluso superarlas, ya que este cliente después recomendará o no esa actividad a otros potenciales demandantes.

Son muchos los factores que influyen en que el club tenga éxito, del mismo modo que son muchas las recomendaciones que se pueden dar a los miembros para influir en este sentido. Algunas claves son:

- Definir y delimitar correctamente las actividades contenidas dentro del turismo pesquero o marinero.
- Exponer la autenticidad y exclusividad del producto Turismo Pesquero o Marinero.
- Ofrecer al cliente la experiencia de la actividad como un todo, es decir, no solamente puede realizar esta actividad, sino que además puede disfrutar de los recursos naturales que ofrece el entorno donde realizan la actividad, así como de los paisajes, naturaleza, cultura, tradiciones, oficios y gentes.
- Crear valor añadido, esto es, dar más de lo que es exclusivamente la actividad que se contrata. Durante los cursos de formación que recibirán los miembros del club se les aportará documentación sobre las actividades que se ofrecen en el club, y se les facilitarán, asimismo, unas nociones generales tanto del sector pesquero como de aquellos temas turísticos que puedan ayudar a mejorar sus servicios o a desestacionalizar la demanda. Estos conocimientos son los que se tienen que trasladar al cliente final mientras se le presta el servicio.





## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

- Crear sinergias con otros sectores.
- Innovar en cuanto a nuevas actividades o ramificaciones de las ya existentes, adaptarse a los nuevos gustos tanto en lo que respecta a la oferta adicional y en paralelo, como a las actividades a bordo, en tierra o de acuicultura continental.
- Confirmar que las regiones en que se implanten las actividades del club tienen las infraestructuras necesarias para dar servicio a la demanda.
- Cerciorarse de que se dispone del equipo humano y de los conocimientos suficientes para dar cobertura a la demanda.
- Garantizar una promoción eficiente e igual para todos los miembros.
- Concienciar y garantizar que no habrá perjuicios para la población de las regiones donde se desarrollan las actividades del club, de manera que sean conscientes de los beneficios que puede reportar de cara a la reactivación de la economía de su localidad, en materia económica, de empleo y de bienestar social. La hospitalidad que puedan recibir los clientes por parte de los habitantes de estas localidades dependerá en gran medida de dicha garantía.
- Centrar los esfuerzos en conocer las necesidades que tienen los clientes para, de esta manera, ajustar la oferta en base a ellas.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos tanto obligatorios como complementarios a lo largo del tiempo.
- Aprobar satisfactoriamente las evaluaciones continuas que realizará el club a sus miembros.
- Crear oferta conjunta, es decir, estudiar la posibilidad de unir los servicios o productos que ofrecen varios miembros dentro de una misma región de manera individual para transformarlos en un servicio completo: ofertar la contratación de paquetes que incluyan actividades de diferentes bloques. Por ejemplo, crear un paquete turístico en el que se realiza un paseo a bordo de un buque pesquero, la visita a la lonja, la degustación de los productos recién pescados en un restaurante que pertenezca al club y que, además, puedan visitar una nave de rederas y alojarse en un establecimiento cuya temática sea marinera. Ofrecer este tipo de ofertas combinadas ayuda a la demanda en la toma de decisión, ya que solamente tiene que buscar uno de los elementos y no todos ellos individualmente.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino***

- Participar en las sesiones de intercambio de experiencias que organice el club. Se tratarán temas relacionados con la puesta en marcha de un negocio, cómo ofrecer el mejor servicio a los clientes, pautas para satisfacer las expectativas, cómo reconducir los servicios a los nuevos requerimientos de la demanda, cómo promocionar el negocio o cómo adaptar las nuevas tecnologías al producto o servicio que se ofrezca.
- Garantizar la sostenibilidad medioambiental.

### 10.2. Experiencias de referencia

Una vez finalizado el proceso de implantación del club, los órganos gestores contarán con las experiencias de los miembros para poder transmitirlos a los candidatos o a aquellos que tengan interés en adherirse. Hay una gran variedad de entidades, empresas o particulares que han desarrollado o están desarrollando algún tipo de actividad de turismo pesquero o marino / acuícola en España.



## 11. Financiación

La constitución, la realización de los manuales de gestión, el cumplimiento de los requisitos de pertenencia, las estrategias de marketing promocional, la puesta en marcha del club, etc. serán algunos de los gastos a los que hay que hacer frente a la hora de comenzar la actividad del club.

La estructura económica debe garantizar la viabilidad del club y su operatividad. Del mismo modo, esta estructura debe buscar el mantenimiento del club a largo plazo. La estructura económica-financiera deberá pues contemplar las partidas de: comercialización, comunicación y promoción, formación, calidad de los productos/servicios ofrecidos y gastos de gestión y corrientes.

El Comité Nacional y los Comités Locales serán los encargados de definir la estructura económica-financiera, la cual dependerá de la etapa en la que se encuentre la creación del club.

En este sentido, se pueden diferenciar diferentes etapas en el proceso de creación:

- Etapa de implantación del club en los destinos piloto.
- Etapa de expansión e impulso.
- Etapa de promoción y comercialización.
- Etapa de mantenimiento y evaluación.

La estructura económica-financiera estará sustentada por los propios miembros, pero también se deberá buscar otras vías de financiación.

Para las primeras etapas, en las que la idea del club empieza a tomar forma y se gesta el ente gestor, se hará una primera inmersión en el mercado a través de la implantación del club en destinos piloto y comenzará su expansión. Aquí se podrá optar por financiación tanto europea como nacional o autonómica.

A **nivel europeo**, es necesario hacer una valoración sobre las posibles ayudas que existen y a las que se puede optar. En un principio se prevé que podrían solicitarse ayudas para sufragar el proyecto al nuevo Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP), atendiendo a las estrategias de desarrollo local integrado,



## **Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

ya que estas van destinadas a la diversificación de las zonas de pesca, y este es uno de los objetivos fundamentales del club.

Por otro lado, se podría solicitar financiación a otros fondos estructurales como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), o a través de programas comunitarios como el Interreg o el Programa de Competitividad Empresarial y Pyme, siempre y cuando tengan abierto el plazo de solicitudes y se cumpla con los requisitos establecidos para dichas las ayudas.

Otra manera de financiar los proyectos es a través de **ayudas estatales** que anualmente puedan salir en los distintos ministerios, en la Cámara de Comercio o cualquier otro organismo.

A nivel nacional, el club podría financiar una parte de los gastos a través de las **Comunidades Autónomas** que estén interesadas en la creación del club, apoyando de esta manera a todos aquellos establecimientos, empresas o personas que se adhieran a esta iniciativa.

Por último existe la alternativa de buscar financiación privada sin que ello implique que los inversores gestionen o coordinen el club.

El Equipo Técnico será el encargado de informar de las posibles convocatorias de ayudas a las que los candidatos y socios pueden optar. Ayudas que irán encaminadas principalmente a la promoción del club de producto y a la adecuación de las instalaciones y servicios a los requerimientos exigidos.

Por otro lado, los integrantes del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero (como parte fundamental de este, ya que sin ellos no sería posible su constitución) deberán realizar una aportación económica para mantener su gestión, coordinación y asegurar su operatividad y buen funcionamiento.

En este sentido, es necesario establecer dos tipos de cuota: cuota de entrada y cuota de mantenimiento. Ambas cuotas serán estipuladas por el Comité Nacional de acuerdo con los Comités Locales.

- **Cuota de entrada.** En el momento de la adhesión, el socio deberá abonar una cantidad de dinero con el objeto de colaborar en la financiación de los costes de la estructura de gestión y sufragar parte de los costes derivados de la etapa de promoción y comercialización.
- **Cuota de mantenimiento.** El socio deberá realizar el pago de una cuota anual por pertenecer al club. Dicha aportación irá encaminada a financiar los gastos de mantenimiento, evaluación y funcionamiento.



## 12. Estrategia de promoción y comercialización

El Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero debe crear una imagen de marca, que debe ser respetada por todos sus miembros. Así el gestor de la marca podrá ser el Comité Nacional y, como tal, se encargaría de otorgar este distintivo a todos aquellos miembros del club que hayan finalizado el proceso de adhesión. Conferir el distintivo del club implicaría garantizar un nivel de calidad común a todos sus miembros.

### 12.1. Posicionamiento y estrategia de la marca

Se entiende por posicionamiento el acto de diseñar una oferta e imagen empresarial destinada a conseguir un lugar distinguible en la mente del público objetivo.

Se debe definir una estrategia de marketing que permita alcanzar los objetivos del club, que defina las necesidades de la demanda, que las satisfaga creando y ofreciendo valor a sus productos y además reporte una rentabilidad a sus miembros.

En primer lugar se debe conocer al público objetivo, segmentar la demanda identificando el perfil de distintos grupos y analizando las diferencias demográficas, sociológicas o sus pautas de consumo. De esta manera, se podrá encuadrar adecuadamente la demanda en los distintos bloques de actividades que componen el club de producto.

Dicha segmentación permitirá analizar las demandas de los consumidores de cada estrato definido para poder cumplir con sus expectativas y dar cobertura a sus necesidades. De esta manera podremos ofrecer los productos de forma más personalizada.

Es en este punto donde se debe definir cuál es el valor fundamental de los productos y servicios que se ofrecen en el club. Para ello, en primer lugar, todos los miembros deben ser conscientes de los valores que se ofrecen: autenticidad, tradición, respeto a la naturaleza, etc. atributos que merecen ser estudiados más detenidamente.



## **Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero**

Todos los miembros deben concebir el club de la misma manera, con objetivos, propósitos, ventajas y obligaciones comunes a todos los que se hayan adherido. La imagen que se proyecte del club, por tanto, tiene que ser la misma para que pueda calar en la mente de los consumidores.

La orientación del producto que se ofrece en el club, y que han determinado los órganos gestores, debe ser seguida por todos sus miembros, recibiendo el cliente, por tanto, el mismo mensaje en todo el territorio nacional. Con todo esto se pretende que los demandantes de esta tipología de actividades conozcan la imagen y la identifiquen de forma fácil y sencilla.

Los atributos que convierten a este producto en único son:

- **Autenticidad.** Con respecto al producto, son los propios trabajadores del sector pesquero, la población de las regiones pesqueras y acuícola, los que ofertan estas actividades de turismo pesquero o marinero / acuícola.
- **Tradición.** La pesca siempre ha servido como sustento para la población de las regiones costeras y entorno a ella se fueron creando comunidades que han sabido transmitir los conocimientos necesarios para forjar una importante cultura marinera.
- **Exclusividad.** Solamente aquellos profesionales y empresas que ejercen su actividad en agua salada y agua dulce podrán adherirse al club, ya que tienen un mayor conocimiento acerca de cómo explotar los recursos pesqueros y, por tanto, disponen de la experiencia necesaria para prestar el servicio.
- **Identidad.** Los productos y servicios ofrecidos por el club son únicos y singulares. Esta identidad es la que proporciona la diferenciación de la oferta del club.
- **Costumbres.** Basada en la transmisión al cliente final de las costumbres pesqueras. Tradiciones de toda la vida, estrechamente relacionadas con el producto. Por ello, entre otras cosas, se ofrece la posibilidad de conocer cómo se ejecuta el trabajo del marisqueo, de confección y reparación de redes o artes de pesca y aparejos, etc.
- **Patrimonio.** Referido a los elementos turísticos que se pueden encontrar en las zonas donde se ejerce la actividad pesquera como los monumentos. También relacionado con la transmisión de la herencia del sector a los turistas.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

- **Naturaleza.** La riqueza paisajística que constituye la esencia natural del territorio donde se ejerce la actividad pesquera ofrece la posibilidad a los turistas de disfrutar no solamente de la naturaleza que estas regiones, bien costeras o bien de interior, sino de la fauna y la flora que crece y habita en ellas.
- **Sostenible.** Se ofrecen productos y servicios respetuosos con el entorno y los recursos.

Según la estructura de gestión propuesta, el Comité Nacional con todos estos atributos sería el encargado de definir la misión corporativa del club.

De igual modo, la labor del Equipo Técnico sería asegurar que los miembros del club cuentan con profesionales en la materia, que puedan diferenciarse ya no tanto por el producto exclusivo que ofrecen, sino por el personal que presta el servicio.

Dicho personal debe contar pues con una adecuada formación, preparación y cualificación, así como disponer de las habilidades y conocimientos exigidos para que el producto o servicio que realiza sea competitivo. Al mismo tiempo, este personal debe mostrar un trato correcto y adaptado a cada tipología de cliente, transmitiéndole confianza y cumpliendo con sus expectativas. Para ello, debe mostrar empatía con las personas que demandan las actividades del club, además de saber transmitirles los conocimientos acerca de la cultura marinera con claridad y tener capacidad de respuesta para atender las dudas o problemas que les puedan plantear.

Todo este conjunto de características del personal marcarán la diferencia frente a la competencia, posicionando al club en un nivel más alto, de manera que se genere un valor añadido y una ventaja competitiva. En definitiva, dicha diferenciación es garantía de calidad y buena imagen de producto.

Otra de las estrategias a seguir a la hora de mejorar el posicionamiento del club en el mercado consiste en analizar exhaustivamente los atributos más importantes que este posee, con el fin de buscar un espacio que no haya sido ocupado por ninguna otra empresa: nuevos nichos de mercado a los que dirigirse.

Esta línea estratégica implica, asimismo, que los particulares y las empresas integrantes ofrezcan una imagen atractiva y coherente con los valores del club, la cual debe ser la misma en todas las manifestaciones públicas de la



organización, intentando dotar de personalidad al Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero.

## 12.2. Promoción

Lo fundamental para dar visibilidad y promoción al club es el diseño y desarrollo de un portal web en el que tendría cabida la siguiente información y servicios:

- Publicidad de la oferta del club, en función de la región donde está disponible la actividad que el cliente desea realizar.
- Publicación de las noticias relacionadas con los miembros o con el propio club.
- Posibilidad de envío de la solicitud de adhesión o de baja del club.
- Descripción de los objetivos, misión y valores del club, así como toda aquella información relevante que se quiera incorporar.
- Etc.

Dicha web sería independiente de cualquier organismo público, grupo de acción o ente privado.

Además, sería conveniente que en la web del club se dispusiera a tal efecto un espacio para el intercambio de opiniones o para evaluar la experiencia vivida con las actividades que ofrece el club.

Otra estrategia de promoción pasa por impulsar la presencia del club en las redes sociales, a través de la creación de perfiles en plataformas como Facebook, linked-In, Twitter, etc. en las que puedan interactuar no solamente los miembros del club, sino también todos aquellos que quieran colaborar aportando ideas, opiniones o contando sus propias experiencias como participantes en las actividades del club para que puedan mostrar su grado de satisfacción con el producto o servicio del que ha disfrutado.

Estos dos sistemas de promoción posibilitarán, además, la mejora continua de los productos y servicios ofertados, ya que al poder evaluar las experiencias de manera online, se puede reaccionar de una manera más rápida para intentar solventar las deficiencias encontradas.





## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

También se tendrá en cuenta la promoción que podrán dar los Grupos de Acción Local o Costera, así como el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y demás organismos de la Administración que incorporen en sus páginas web información relativa al club.

Se analizará además la posibilidad de que Turespaña promocioe el club a través de su portal web.

En lo que respecta a medios escritos, es necesario contar con folletos informativos, dípticos o cualquier otro documento que permita promocionar el club y sus actividades, en el que se indique quién puede hacerse socio, los datos de contacto u otro tipo de información que pueda considerarse relevante. Esta documentación, del mismo modo que aquella otra que se genere vinculada al club, deberá seguir y cumplir los estándares marcados en el manual de identidad gráfica que se elabore a tal efecto.

Del mismo modo, y una vez que esté en marcha el club, sería conveniente realizar folletos o cuadernillos en los que se incluyan las actividades enmarcadas en el club, así como un listado de sus miembros, especificando la actividad o actividades que ofrece cada uno, la ubicación donde se desarrolla la actividad y la existencia o no de paquetes turísticos en cada una de las regiones. Este documento deberá renovarse con las actualizaciones que se vayan produciendo y/o con la inclusión de nuevos integrantes.

Los Grupos de Acción Local de Pesca o Grupos de Desarrollo Local, dependiendo de la región de que se trate, serán los encargados de realizar jornadas informativas en la región a la que representan. No obstante, para aquellas localidades que no estén representadas por ninguno de estos dos grupos será el propio Equipo Técnico el encargado de exponer la información del club a todos los interesados.

Por último el club estará presente en ferias y eventos sectoriales con el fin de promocionarse, siempre que su presencia en estos espacios sea viable económicamente. Entre los posibles eventos a los que podrían acudir los representantes del club se encuentran las ferias gastronómicas, de turismo o relacionadas con cualquier actividad del sector pesquero, o de cualquier otra temática vinculada al club, y que los Comités Locales y Nacional consideren interesante para darse a conocer o posicionarse ante la gran oferta turística existente en España.



### 12.3. Sistemas de fidelización

La fidelización de clientes persigue asegurar a lo largo del tiempo la demanda de los servicios que ofrece el club, de forma que no se produzca estacionalidad. En este sentido, el “boca-oreja” jugará un papel clave como fórmula de recomendación por parte de los clientes fidelizados, que ya confían en el servicio y que actuarán a modo de prescriptores ante otros potenciales clientes.

Mantener al cliente y hacer que repita o que recomiende el servicio no es fácil, pero resulta fundamental para la supervivencia del club. Para ello, es necesario idear un sistema de fidelización que garantice la mejora continua, la diferenciación del producto y la personalización de los servicios, adaptados a cada necesidad. El hecho de que resulte más rentable conservar a un cliente que atraer a uno nuevo implica prestar atención a los sistemas de fidelización.

Un cliente fiel es aquel que permanece en el club de forma voluntaria, decisión que viene condicionada por el modelo de promoción y comercialización del producto, en el que debe recompensarse a aquellos que ya son consumidores del producto o servicio. Por tanto, la primera línea de actuación en este sentido consistirá en atraer clientes a través de estrategias de captación.

Será el Comité Nacional junto con los Comités Locales los que determinen la manera más eficaz de mantener al público, ya que, como se ha mencionado, dicha fidelización está estrechamente ligada a la comercialización de los servicios.

Para ganar la confianza de los clientes y que continúen mostrando interés por el club a lo largo del tiempo (ya que los clientes fieles son los más rentables) es necesario prestarles el mejor de los tratos para aportar al consumidor suficientes razones para que siga apostando por los productos y servicios del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marino frente a otras posibles ofertas.

La atención y calidad del servicio será, por tanto, lo primordial de esta estrategia, sin olvidar otros elementos como el precio, el interés y la evaluación continua de sus necesidades y gustos, de tal manera que perciba que sus opiniones se trasladan a hechos. Esta buena relación del cliente con el club favorecerá la ansiada fidelización.



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

Un cliente fiel siempre va a expresar su opinión ante un producto o servicio nuevo que se quiera introducir en el club como nueva actividad. Del mismo modo, aportará ideas innovadoras y facilitará la incorporación de cambios y novedades.

Existen muchos sistemas y programas para fidelizar a los clientes como las tarjetas de puntos, las ofertas o los premios, pero la decisión de elegir uno u otro vendrá determinada por la estrategia que el ente gestor establezca en cada momento.



### 13. Proceso de calidad y evaluación continua

Admitiendo como válida la propuesta de estructura de gestión del club, el Comité Nacional será el máximo responsable del Club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero, y como tal, será el garante último de la calidad que ofrezcan los establecimientos adheridos.

No existe la obligatoriedad de disponer de un certificado de calidad reconocido como condición para pertenecer al club, aunque si es aconsejable. No obstante, los criterios obligatorios y complementarios propuestos en el presente documento de bases reflejan las normas de calidad establecidas para cada una de las actividades. Estas reglas diferirán, por tanto, unas de otras, y en muchos casos serán iguales para todas ellas.

El Comité Nacional, conjuntamente con los Comités Locales, establecerían planes de mejora continua de los elementos ofrecidos en el club, tanto en relación a su gestión por parte de las asociaciones, como referentes al producto en si mismo o al club en general, con el objeto de mantener y mejorar la calidad de los servicios. En este sentido, se podrían realizar encuestas de calidad a los clientes, tanto telefónicas como in situ, a través de cuestionarios que se encontrarán en los establecimientos donde se preste el servicio.

Del mismo modo, el Equipo Técnico realizaría visitas, con la frecuencia que se establezca en el manual, a los miembros del club, sin previo aviso, para verificar el estado y características del servicio prestado. Asimismo, se podría contar con servicios externos que juzguen dicha calidad.



## 14. Observatorio del club

Como en los apartados anteriores, admitida la propuesta de estructura de gestión, el Equipo Técnico del club, en colaboración con los Comités Locales y el Comité Nacional, podrían crear un observatorio con el fin de obtener información detallada de cada uno de los proyectos desarrollados por los miembros del club.

El observatorio recabará información de cada una de las empresas, asociaciones y particulares miembros del club respecto a la ubicación donde se desarrollan las actividades ofertadas, así como una descripción de estas, haciendo posible la consulta de las opiniones que los clientes hayan querido compartir. De este modo, se creará un espacio en la página web del club donde se podrán consultar diferentes datos sobre las distintas actividades de Turismo Pesquero o Marinero que existen en España. El acceso será diferente dependiendo de si se tiene la condición de miembro del club o si se es cliente.

En el caso de los clientes, será una herramienta de consulta para conocer las valoraciones de otros clientes, así como un espacio para incorporar comentarios y evaluar los establecimientos, colaborando así en la mejora continua de los miembros del club.

Para los socios del club, el observatorio será una plataforma para incorporar datos sobre su establecimiento, de forma que puedan darlo a conocer entre los usuarios de la página, así como una herramienta de intercambio de información con el resto de socios.

El observatorio ofrecerá a los miembros datos estadísticos sobre el número de visitantes, las actividades más solicitadas, las regiones más visitadas y demás factores que resulten de interés a sus miembros. De esta manera, se podrán realizar estudios tanto de la oferta como de la demanda, analizando su evolución y buscando alternativas a los posibles periodos de no demanda de productos provocada por el efecto de la estacionalidad.

Los resultados de los estudios y del análisis realizado por el Equipo Técnico se pondrán en conocimiento de todos los miembros del club y se informará a cada uno de los Comités Locales. De este modo, en caso necesario, podrán estudiar estrategias orientadas al aumento de la demanda, o elaborar planes



## ***Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marinero***

de marketing o promoción regional y de aquellos factores que suponen ventajas competitivas frente a sus competidores directos.

Otro aspecto positivo derivado de la creación del observatorio es el estudio de implantación de actividades piloto en una zona para, una vez analizado su grado de éxito o fracaso, decidir si trasladar dicha actividad a otras regiones.

Con este observatorio se podrá trabajar mediante el sistema de ensayo-error, ya que de forma inmediata se podrá conocer el resultado de implantar una nueva actividad o el efecto que puede causar en una región la incorporación de más socios que ofrezcan productos similares; esto es, mejorar el conocimiento acerca del comportamiento de la demanda.

Todo ello permitirá dirigir las estrategias del club hacia un punto o hacia otro, ofreciendo un servicio más personalizado y especializado en los gustos del cliente, orientado a la satisfacción y cumplimiento de sus expectativas.

Por último, el Equipo Técnico encargado del observatorio publicará trimestralmente un boletín informativo para los miembros del club y para todos aquellos usuarios de la página web que estén interesados en descargarlo. Este boletín contendrá noticias recopiladas de medios digitales relacionados con el club, con el turismo pesquero, con la pesca-turismo o con cualquier otra actividad o empresa vinculada al club. Los socios también podrán proponer temas de interés para que sean tratados en estas publicaciones.

Dicho boletín también será enviado por correo electrónico a todos los miembros del club.



# ANEXO I



# SOLICITUD DE ADHESIÓN - CLUB DE PRODUCTO DE TURISMO PESQUERO O MARINERO -

Nombre: _____	Apellidos: _____
Empresa: _____	D.N.I./CIF: _____
Dirección: _____	Localidad: _____
Código postal _____	Teléfono: _____ / _____
Correo electrónico: _____	
Página Web: _____	

D. \_\_\_\_\_  
manifiesta su interés de adhesión al Club de Producto de Turismo  
Pesquero o Marinero en las siguientes actividades. (Marque con una X la  
actividad o actividades que desarrolla)

*La descripción de cada una de las actividades está recogida en el anexo I*





## TURISMO PESQUERO O MARINERO/ACUÍCOLA

### ACTIVIDADES DE TURISMO PESQUERO O MARINERO A BORDO

- Pesca-Turismo
- Rutas marineras en barco

### ACTIVIDADES DE TURISMO PESQUERO O MARINERO EN TIERRA

- Marisqueo a Pie
- Oficios del mar
- Comercialización de los productos pesqueros acuícolas
- Rutas marineras en tierra
- Actividades gastronómicas
- Actividades socio-culturales marineras

### ACUICULTURA CONTINENTAL

- Acuiturismo

### OTROS SERVICIOS

- Comercio marino
- Restaurantes marinos
- Alojamiento marino
- Agencias de receptivo



## Bases para la creación del futuro club de Producto de Turismo Pesquero o Marino

Describe brevemente las actividades que desarrolla:



## ANEXO I: ACTIVIDADES

<b>TURISMO PESQUERO O MARINERO/ACUÍCOLA</b>	
<b>ACTIVIDADES DE TURISMO PESQUERO O MARINERO A BORDO</b>	
<b>Pesca turismo</b>	Actividades de turismo maradero desarrolladas a bordo de embarcaciones pesqueras por profesionales del sector.
<b>Rutas marineras en barco</b>	Actividades turísticas desarrolladas a bordo de embarcaciones tradicionales (embarcaciones no consideradas como pesqueras en activo) como embarcaciones turísticas de recreo.
<b>ACTIVIDADES DE TURISMO PESQUERO O MARINERO EN TIERRA</b>	
<b>Marisqueo a Pie</b>	Actividades turísticas vinculadas con la extracción a pie
<b>Oficios del mar</b>	Actividades turísticas vinculadas con los oficios maraderos y de su actividad o lugares de exposición de estos oficios.
<b>Comercialización de los productos pesqueros y acuícolas</b>	Actividades turísticas relacionadas con la comercialización de los productos pesqueros y acuícolas.
<b>Rutas marineras en tierra</b>	Actividades turísticas desarrolladas para conocer la idiosincrasia maradera y sus lugares.
<b>Actividades gastronómicas</b>	Actividades vinculadas con la gastronomía maradera.
<b>Actividades socio-culturales maraderas</b>	Actividades socioculturales vinculadas con el mar y lugares de exposición de temáticas maraderas y acuícolas.
<b>ACUICULTURA CONTINENTAL</b>	
<b>Acuiturismo</b>	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.
<b>OTROS SERVICIOS</b>	
<b>Comercio maradero</b>	Establecimientos comerciales especializados en productos/artículos relacionados con la actividad maradera, náutica y/ acuícola
<b>Restaurantes maraderos</b>	Establecimientos de restauración que ofrecen carta o menú específico de productos pesqueros y/o acuícolas
<b>Alojamientos maraderos</b>	Establecimientos para hospedarse vinculados con la cultura maradera y/o acuícola
<b>Agencias de receptivo</b>	Empresas organizadoras de viajes que incluyan en su oferta actividades del Club

