



Protocolos de digitalización

Para integrantes de la Red de
Turismo Pesquero de España

turismo pesquero



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

Protocolos de Digitalización

para integrantes de la Red de Turismo Pesquero de España



Fecha de elaboración:

Febrero de 2024

Autor: AcciónMK

acciónmk

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	
1.1.	Antecedentes.....	4
1.2.	Objetivos y metodología.....	6
2.	DIGITALIZACIÓN, UN RETO PARA EL SECTOR TURÍSTICO	8
2.1.	La digitalización en el sector turístico marítimo.....	9
3.	PROTOCOLOS DE DIGITALIZACIÓN DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA.....	14
3.1.	Conceptualización	14
3.2.	Protocolo general de digitalización para los integrantes de la Red	21
3.3.	Protocolos específicos de digitalización por ámbito de actividad para mejora de los miembros de la Red	25
	Anexo I. Normativa Reguladora.....	66
	Anexo II. Referencias Bibliográficas.....	68

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

El presente documento se enmarca dentro de las actuaciones previstas en el proyecto “Creación y puesta en marcha de la Red Nacional de Turismo Mariner” (en adelante, la Red), aprobado mediante la *Resolución de concesión de ayudas para la convocatoria “Experiencias Turismo España” 2021*, publicada el 26 de mayo de 2023.

El Programa “Experiencias Turismo España”, iniciativa del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (actual Ministerio de Industria y Turismo) que atiende a la mejora de las experiencias que componen la oferta turística nacional, está enmarcado en el Componente 14 del *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*, “Plan de modernización y competitividad del sector turístico”, más concretamente, en la Inversión 4, “Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad”, Submedida 1, “Desarrollo de producto turístico y modernización del ecosistema turístico”.

A través de la *Orden ICT/182/2022, de 10 de marzo, por la que se modifica la Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas para el Programa “Experiencias Turismo España” y se aprueba su convocatoria para el ejercicio 2021, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia* se convocó en el año 2021 la primera convocatoria del Programa. Esta convocatoria, cofinanciada por el *Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la Unión Europea* de acuerdo con el *Reglamento (UE) 2020/2094 del Consejo, de 14 de diciembre de 2020, por el que se establece un Instrumento de Recuperación de la Unión Europea para apoyar la recuperación tras la crisis de la COVID-19, y regulado según Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de febrero de 2021*, contaba con un presupuesto de 26 millones de euros dedicados a financiar proyectos de entre 100 mil y 1 millón de euros de cuantía, con una financiación del 100%. Estos proyectos podían enmarcarse en 3 líneas de trabajo diferenciadas:

- **Línea Innova**, con los objetivos de “impulsar y fortalecer las redes de actores y crear narrativas sobre experiencias inspiradoras que construyan relatos a nivel país; mejorar recursos; impulsar la mejora de la sostenibilidad turística y profundizar en la transformación digital”.
- **Línea Integra**, que “pretende impulsar que la experiencia turística incorpore en su diseño, de manera normalizada y adaptada a las distintas realidades, el

contexto productivo local cercano a los destinos a través de las dinámicas de economía circular; las comunidades locales y la diversidad de perfiles y segmentos”.

- **Línea Comunica**, la cual busca “mejorar la comunicación de las Experiencias Turismo España y convertirlas en uno de los pilares de la promoción exterior de nuestro país. Los ámbitos relacionados con la seguridad y la resiliencia tendrán especial atención”.

El proyecto “Creación y puesta en marcha de la Red Nacional de Turismo Mariner” fue aprobado en esta primera convocatoria de 2021 con una puntuación de 75,8 puntos y una **dotación económica** que ascendía a los **534.879,00 €**.

A través de este proyecto se pretendía crear una **Red nacional de actores vinculados al mundo mariner y pesquero** para la generación de experiencias turísticas en torno a actividades como la pesca y el marisqueo. Todo ello, con el fin de crear un Producto que aglutinase todas las actividades turísticas vinculadas al mar y fortalecer así las acciones de colaboración y de promoción en torno a una **marca conjunta**.

Entre las actividades a desarrollar en el marco de esta Red se encuentra la definición de **protocolos** para los integrantes de la Red sobre sostenibilidad, digitalización, accesibilidad universal e igualdad de género y LGTBI+, **razón a la que atienden los presentes protocolos de digitalización**.

1.2. Objetivos y metodología

El objetivo principal del presente documento es establecer una serie de **protocolos en materia de digitalización** para las empresas y entidades integrantes de la Red de Turismo Pesquero de España. Dichos protocolos proporcionarán procedimientos, prácticas y soluciones a adoptar por estas organizaciones para **incorporar procesos digitales** que optimicen su gestión, promuevan su presencia online, mejoren la experiencia del usuario y fortalezcan su competitividad en el mercado turístico.

La digitalización no solo es una herramienta clave para mejorar la eficiencia operativa, sino también un factor determinante para la adaptación a las nuevas tendencias de consumo turístico. La incorporación de soluciones digitales permite a las empresas del sector pesquero-marítimo optimizar sus procesos internos, mejorar la relación con los clientes, potenciar la promoción de su oferta turística y facilitar la comercialización de sus servicios.

Concretamente, se han desarrollado 14 protocolos: 1 de carácter general, cuyas pautas afectan a todos los miembros de la Red, y 13 de carácter específico que atienden a cada uno de los ámbitos de actividad identificados en el Manual de la Red.

Estos protocolos servirán como **guía de referencia** para las entidades integrantes de la Red, permitiéndoles avanzar en su proceso de digitalización de forma estructurada y adaptada a su realidad particular. Además, contribuirán al desarrollo de un modelo de turismo pesquero más innovador, sostenible y alineado con las expectativas del turista digital.

Las medidas en materia de digitalización a establecer en los protocolos serán coherentes con las nuevas tendencias y formas de consumo en el turismo, así como con las nuevas normas sobre transformación digital en el sector. Asimismo, estos protocolos contribuirán al aumento de la competitividad de las empresas de la Red y a la mejora de su imagen y reputación empresarial como actores turísticos comprometidos con la innovación digital y la sostenibilidad tecnológica.

Para la elaboración de estos protocolos, se han seguido diversas metodologías que permiten establecer un marco adaptado a las necesidades del sector:



- **Análisis de la Situación Actual:** Se han identificado los niveles de digitalización de los miembros de la Red, así como los principales retos y oportunidades de mejora en la adopción de tecnologías digitales.
- **Revisión de Buenas Prácticas:** Se han analizado casos de éxito en digitalización aplicados en el sector turístico y pesquero-marítimo con el fin de extraer recomendaciones útiles y adaptables a la Red.
- **Análisis de Normativa y Requerimientos:** Se ha tenido en cuenta la legislación vigente en materia de digitalización, protección de datos y comercio electrónico para asegurar el cumplimiento normativo en la aplicación de estos protocolos.
- **Definición de Acciones y Estrategias:** Se han establecido directrices y recomendaciones que abarcan desde la creación de sitios web accesibles y optimizados, hasta la implementación de sistemas de gestión digital, marketing online y soluciones de comercio electrónico.

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

Por tanto, estos protocolos están más encaminados a servir como guías de aplicación y mejora de las actividades que podemos ofrecer y de las consideraciones y cambios que tras el análisis realizado, podemos aplicar para el caso particular de cada actividad y empresa.

Para ello, usaremos las definiciones desarrolladas en el Manual de la Red de Turismo Pesquero, de manera que una vez identificadas las actividades y realizado el análisis de cada una de ellas y las formas en las que se realizan, y sin perjuicio de la aplicación de la legislación vigente en cada una de las actividades, indicaremos una serie de mejoras en las mismas.

En este sentido dividiremos las acciones o actuaciones de mejora en dos niveles: un nivel de común aplicación, cuyas actuaciones y medidas son de cumplimiento obligatorio por los miembros de la Red y donde estableceremos las medidas de digitalización que serán coincidentes a todas las actividades; y un segundo nivel específico donde se propondrán actuaciones concretas para cada una de las actividades descritas en el manual y que no será de aplicación obligada.

El objetivo es definir y delimitar correctamente las actuaciones contenidas para cada actividad (pesca-turismo, turismo marítimo en barco y tierra, acuicultura, restaurantes, alojamientos, museos...) para mejorar los recursos turísticos existentes y la prestación de los mismos, así como la creación de nuevos productos gracias a la participación transversal de los diferentes agentes.

Así los socios de la red deberán asumir la aplicación de al menos 3 medidas o actuaciones de carácter obligatorio incluidas en el protocolo general.

Las fuentes consultadas y citas se recogen en el Anexo II Referencias bibliográficas y la principal normativa se recoge en el Anexo I Normativa reguladora.

2. DIGITALIZACIÓN, UN RETO PARA EL SECTOR TURÍSTICO

“La digitalización y la innovación tecnológica están redefiniendo cada aspecto de la industria turística, desde la gestión operativa hasta la experiencia del cliente. Aquellas empresas que no adopten estas nuevas herramientas y tendencias corren el riesgo de quedarse atrás, perdiendo competitividad y relevancia en un mercado cada vez más dinámico y exigente” (*Desafíos y Oportunidades en la Transformación Digital del Turismo en Andalucía - Andalucía Lab, 2024*).

La **transformación digital** en el sector turístico no solo responde a la necesidad de mejorar la competitividad de las empresas, sino que incide en la optimización de la experiencia del visitante a través de herramientas que faciliten la interacción, el acceso a la información y la personalización de los servicios. De igual modo, la integración de soluciones tecnológicas permite mejorar la eficiencia operativa de las empresas, optimizar sus recursos y ampliar su alcance a nuevos segmentos de mercado.

Este proceso de digitalización no se limita a la mera adopción de tecnología, sino que implica una transformación en la manera en que las empresas diseñan y ofrecen sus servicios. La implementación de herramientas como la inteligencia artificial, la automatización de procesos, el análisis de datos y la digitalización de la oferta turística no solo mejoran la eficiencia interna, sino que también permiten a las empresas responder de forma más efectiva a las expectativas de los turistas digitales.

A través de este enfoque, que garantiza una mayor conectividad y eficiencia en la prestación de los servicios turísticos, la digitalización abre **nuevas oportunidades** para el sector, vinculadas con la creación de productos y experiencias innovadoras, la mejora en la comunicación con los clientes y la implementación de soluciones de marketing digital que faciliten la promoción y comercialización de los servicios.

Así, la Red de Turismo Pesquero tiene la oportunidad de adoptar una serie de **principios estratégicos** en materia de digitalización, promoviendo el uso de tecnologías innovadoras para mejorar la competitividad de sus miembros y garantizar la adaptación del sector pesquero-marítimo a las nuevas tendencias digitales. De esta manera, la Red puede actuar como **promotora** a nivel nacional de un turismo pesquero digitalizado y de calidad, que contribuya al desarrollo socioeconómico de las zonas costeras y marinas.

2.1. La digitalización en el sector turístico marinerero

El turismo pesquero surge como una alternativa para diversificar la actividad económica del sector pesquero tradicional, permitiendo que las comunidades costeras generen nuevas fuentes de ingresos a partir de su patrimonio marítimo. Este tipo de turismo se centra en la valorización de los conocimientos, oficios y tradiciones vinculadas a la pesca y el marisqueo, ofreciendo experiencias auténticas y sostenibles a los visitantes.

Históricamente, el acceso a este sector ha sido restringido para las personas ajenas a la tripulación o al personal que trabaja en instalaciones en tierra. Durante décadas, el público en general no ha tenido acceso a esta industria ni a los barcos pesqueros, e incluso por ley no está permitido el acceso de personas ajenas o que no sean miembros de las tripulaciones.

Esto ha sido así hasta la reciente irrupción del Turismo Marinerero-Pesquero, que ha supuesto la apertura del sector y sus instalaciones al gran público. A partir de esta actividad, se ha brindado a la sociedad la oportunidad de conocer el mundo marítimo-pesquero desde una perspectiva experiencial, disfrutando de nuevas alternativas turísticas que complementan las actividades tradicionales propias de las costas.

Es en esta nueva realidad del turismo experiencial pesquero-marinerero donde surge la **necesidad** de implantar la digitalización en la actividad. Sin embargo, la digitalización del sector no es tarea fácil. Si bien en otros ámbitos las empresas, administraciones y sociedad llevan trabajando muchos años para ello, en el mundo marítimo-pesquero es un enfoque completamente nuevo. La transformación digital se presenta como un eje clave para mejorar la comunicación con los turistas, garantizar una gestión eficiente de las actividades y optimizar la promoción del turismo pesquero a nivel nacional e internacional. Además, facilita el acceso a la información y permite una mejor organización de los recursos turísticos del sector, asegurando su sostenibilidad y competitividad en el tiempo.

La digitalización del turismo pesquero no solo permite mejorar la eficiencia de la gestión y promoción de las actividades, sino que también ayuda a reforzar la identidad cultural y patrimonial de las comunidades costeras. La adopción de tecnologías digitales permite documentar y difundir el conocimiento sobre la pesca

tradicional, contribuyendo a la sensibilización y educación de los visitantes sobre la importancia de la conservación marina y el desarrollo sostenible.

A pesar de los beneficios de la digitalización, su implantación en el sector turístico marino enfrenta múltiples desafíos. Algunas de las principales **dificultades** incluyen:

- **Infraestructura tecnológica limitada:**

Muchas instalaciones portuarias y empresas pesqueras no cuentan con acceso adecuado a internet, plataformas digitales de gestión o herramientas tecnológicas avanzadas, dificultando la integración de soluciones digitales.

- **Falta de formación digital:**

Los profesionales del sector suelen tener conocimientos limitados en tecnologías digitales, lo que dificulta la implementación de nuevas soluciones y estrategias para mejorar la comercialización de sus servicios.

- **Escasa presencia online:**

La mayoría de las empresas de turismo pesquero carecen de estrategias digitales efectivas, incluyendo páginas web optimizadas, presencia en redes sociales y plataformas de comercialización digital.

- **Adaptación a nuevos canales de comunicación:**

El turista digital demanda información rápida, accesible y en múltiples formatos (redes sociales, chatbots, aplicaciones móviles, etc.), lo que supone un reto para empresas que no han trabajado con estas herramientas previamente.

- **Desconocimiento del valor de la digitalización:**

Algunas empresas del sector no son plenamente conscientes de los beneficios que la digitalización puede aportar, lo que ralentiza la adopción de nuevas tecnologías.

- **Dificultades en la integración de sistemas:**

La falta de interoperabilidad entre las herramientas digitales y los sistemas de gestión tradicionales puede representar una barrera importante para su implementación efectiva.

Sin embargo, la digitalización del sector turístico marítimo es una oportunidad que no debemos desaprovechar. La transformación digital no solo responde a las demandas actuales del mercado, sino que también permite mejorar la competitividad del sector y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

El **perfil del turista** ha cambiado considerablemente en los últimos años. Las nuevas generaciones de viajeros buscan experiencias más auténticas y enriquecedoras, valorando la posibilidad de interactuar con las comunidades locales y conocer en profundidad las tradiciones de cada destino. En este contexto, el turismo pesquero digitalizado se convierte en un atractivo diferenciador que puede captar la atención de un público más amplio y diverso.

Además, la digitalización no solo impacta en la experiencia del turista, sino que también transforma la operativa interna de las empresas del sector garantizando un crecimiento sostenible y eficiente.

Según un artículo de KPMG tendencias “El sector tiene ante sí un desafío mayúsculo: redefinir conceptos tradicionales que estaban muy establecidos para evolucionar y adaptarse a las necesidades de estas nuevas generaciones, empezando por descubrir cómo crear nuevos productos y servicios especializados que satisfagan sus intereses.” (Gen Z y Millennials: nuevas generaciones de turistas - KPMG Tendencias, 2024).

El sector turístico es consciente que debe adaptarse y evolucionar a las nuevas demandas de las personas y realizar actividades adaptadas a las nuevas tecnologías en todos los sentidos. Son muchos los **beneficios y oportunidades clave** que ofrece el mercado del Turismo Digital:

- **El sector turístico está en constante crecimiento:** Representa una de las principales actividades económicas a nivel mundial. España, con su enorme oferta costera y tradición pesquera, es un destino de referencia para el turismo, recibiendo más de 90 millones de visitantes en 2024. Adaptar el turismo pesquero a la digitalización permitirá responder a esta alta demanda y diversificar la oferta turística del país.
- **Desestacionalización:** La digitalización contribuye a atraer visitantes durante todo el año y no solo en temporadas altas, generando un impacto económico más estable para las comunidades pesqueras.

- **Fidelización del cliente:** La posibilidad de personalizar la experiencia turística mediante el uso de tecnología aumenta la satisfacción del visitante, fomentando la repetición del viaje y la recomendación del destino.
- **Mejorar la promoción y visibilidad:** A través de estrategias de marketing digital, redes sociales y plataformas especializadas, las experiencias de turismo pesquero pueden llegar a un público mucho más amplio y segmentado.
- **Optimizar la gestión interna:** La implementación de software de reservas, gestión de clientes y herramientas de análisis de datos permite a las empresas mejorar su eficiencia y ofrecer un servicio más profesionalizado.
- **Facilitar el acceso a la información:** La digitalización permite desarrollar contenidos interactivos, guías virtuales, visitas en realidad aumentada y aplicaciones móviles que enriquecen la experiencia turística.
- **Aumentar la sostenibilidad:** La gestión digital reduce la necesidad de materiales físicos como folletos o entradas impresas, promoviendo una actividad turística más sostenible.
- **Acceso a nuevos mercados:** La digitalización permite la internacionalización de los productos turísticos, facilitando la llegada de clientes de diferentes regiones y países. Las experiencias de turismo pesquero pueden llegar a un público mucho más amplio y segmentado.

La digitalización en el sector turístico marino no es solo una necesidad, sino una ventaja competitiva. Adoptar herramientas digitales garantizará que el sector pueda responder de manera eficiente a los cambios del mercado y a las nuevas expectativas de los turistas.

3. PROTOCOLOS DE DIGITALIZACIÓN DE LA RED DE TURISMO PESQUERO DE ESPAÑA

3.1. Conceptualización

Se entiende “**protocolo**” como un conjunto de pautas, normas o directrices que acompañan a los requisitos de obligado cumplimiento para todos los miembros e integrantes de la Red para garantizar la prestación de unos servicios de calidad alineados con los principios y objetivos de la misma.

En el ámbito de la Red, la **finalidad** fundamental de los protocolos de digitalización es apoyar a todos sus integrantes para que cumplan con ciertos estándares en el marco de la digitalización, garantizando que todos los servicios y actividades de la Red se adapten a las necesidades del turista digital, asegurando la accesibilidad a la información, la eficiencia en la gestión y la optimización de los procesos de promoción y comercialización de la oferta turística pesquera.

Así pues, a través de los presentes **protocolos de digitalización** se van a establecer unas **directrices claras** en torno a los criterios que favorecen la transformación digital de los servicios ofrecidos en el marco de la Red, promoviendo la mejora de la experiencia del turista y el desarrollo profesional de los trabajadores.

Estos protocolos plantean un **marco de actuación** ante las necesidades del turista digital y reflejan el **compromiso** de la Red con la innovación, la eficiencia y la equidad en el acceso a la oferta turística pesquera. Su objetivo es garantizar que todas las empresas y entidades integrantes de la Red cuenten con herramientas y conocimientos para adoptar soluciones digitales que optimicen la gestión de su actividad, favorezcan su visibilidad online y mejoren su competitividad en el mercado turístico.

Para la delimitación de las pautas generales y específicas según el ámbito de actividad a incluir en los presentes protocolos que favorezcan la transformación digital de los integrantes de la Red, es necesario tener en cuenta la existencia de **requisitos obligatorios y complementarios**, así como **indicadores de posicionamiento y mejora** recogidos en el Manual de la Red, algunos de los cuales ya atienden a aspectos de digitalización.

Para aportar una visión previa general, se relacionan a continuación los **requisitos obligatorios** vinculados con la digitalización que se mencionan en el Manual, por categoría de actividad.

Dentro de la visión general se desarrollarán 3 pautas clave a elegir para su cumplimiento por cada organización en los distintos temas. Estos puntos han de considerarse como el mínimo asumible pero nunca como el límite, ya que el objetivo es desarrollar estas políticas para cada empresa de la manera más amplia posible. El desarrollo de estas 3 pautas generales podría verse reducido en la medida que se desarrollen pautas específicas no obligatorias por parte de la organización. Así por ejemplo una organización podría elegir desarrollar debido a su naturaleza 2 pautas o actuaciones de las recogidas en los protocolos generales y una tercera de los específicos de su actividad.

En este sentido, somos conscientes de que, dada la gran diversidad de empresas, tamaños y actividades que se desempeñan a nivel nacional, es muy difícil realizar una normalización de acciones o hitos a cumplir por parte de todas ellas.

Por ejemplo, no podemos exigir el desarrollo de una estrategia avanzada de marketing digital a un autónomo que gestiona una pequeña embarcación de pesca-turismo, del mismo modo que sí podemos esperar que una entidad con una estructura empresarial más amplia implemente soluciones de gestión digital avanzadas para la optimización de sus procesos. O, como otro ejemplo, no todas las empresas podrán desarrollar una plataforma propia de reservas online, pero sí se les puede incentivar a integrarse en plataformas de comercialización digital existentes.

Sin embargo, sí podemos realizar un proceso de sensibilización y capacitación digital para insertar en la cultura empresarial la importancia de la transformación digital y la adopción de herramientas tecnológicas. Además, esta sensibilización debe ser transmitida en la atención al cliente, de manera que las personas que desarrollen las experiencias estén formadas en competencias digitales y puedan ofrecer un servicio adaptado a las expectativas del turista digital, garantizando una experiencia moderna, accesible y eficiente.



Categoría	Requisitos obligatorios
<p>Pescaturismo y Turismo marineró en embarcaciones pesqueras</p>	<p>Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.</p>
	<p>El turista será informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, artes de pesca, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención, etc.</p>
	<p>Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.</p>
	<p>Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.</p>
	<p>En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).</p>
	<p>Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.</p>
<p>Turismo marineró en embarcaciones no pesqueras</p>	<p>Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.</p>
	<p>El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad pesquera profesional, el marisqueo o la acuicultura en el mar.</p>
	<p>El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc.</p>
	<p>Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.</p>
	<p>Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.</p>
	<p>En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).</p>
	<p>Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España</p>
	<p>Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.</p>



Marisqueo a pie	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno a la actividad del marisqueo profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Oficios del mar	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.	
Comercialización de productos pesqueros y	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc.



acuícolas	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Rutas pesqueras o marineras en tierra	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, las especies más típicas de la zona, medidas de prevención y seguridad, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Se facilita al visitante información relativa a los horarios, punto de encuentro, calendario, datos de contacto, atuendo. Así mismo, el turista facilita sus datos de contacto a la entidad por la posibilidad de cancelación o por otras circunstancias.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.



Actividades gastronómicas	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza.
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	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.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Actividades socioculturales	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza.
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	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.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web u otro punto de información donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.



Acuiturismo	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	En el caso de comercializarse algún producto, tendrá que estar directamente vinculado a la actividad que se realiza.
	El eje central de la experiencia que se comercializa gira en torno de la actividad de la acuicultura profesional.
	El turista está informado de cómo se va a desarrollar la actividad, sus características, medidas de prevención y seguridad, así como el número máximo de visitantes, etc.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	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.
	En el caso de que la reserva se realice directamente, dispone de una página web donde están publicadas las normas del servicio, se informa de las vías de reserva, medios de pago, sistema de reservas y de cancelaciones, precios, descuentos o si la actividad se puede contratar junto con otros servicios (paquete).
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Comercio mariner	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	Los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo y la acuicultura profesional y al menos tienen que ser el 50% de su oferta.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Dispone de una página web blog o link dentro de otra página diferente en los que están publicados los productos, precios, localización, etc.
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Restauración marinera	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	Los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo o la acuicultura profesional del lugar donde se encuentre el local y serán la oferta principal.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.

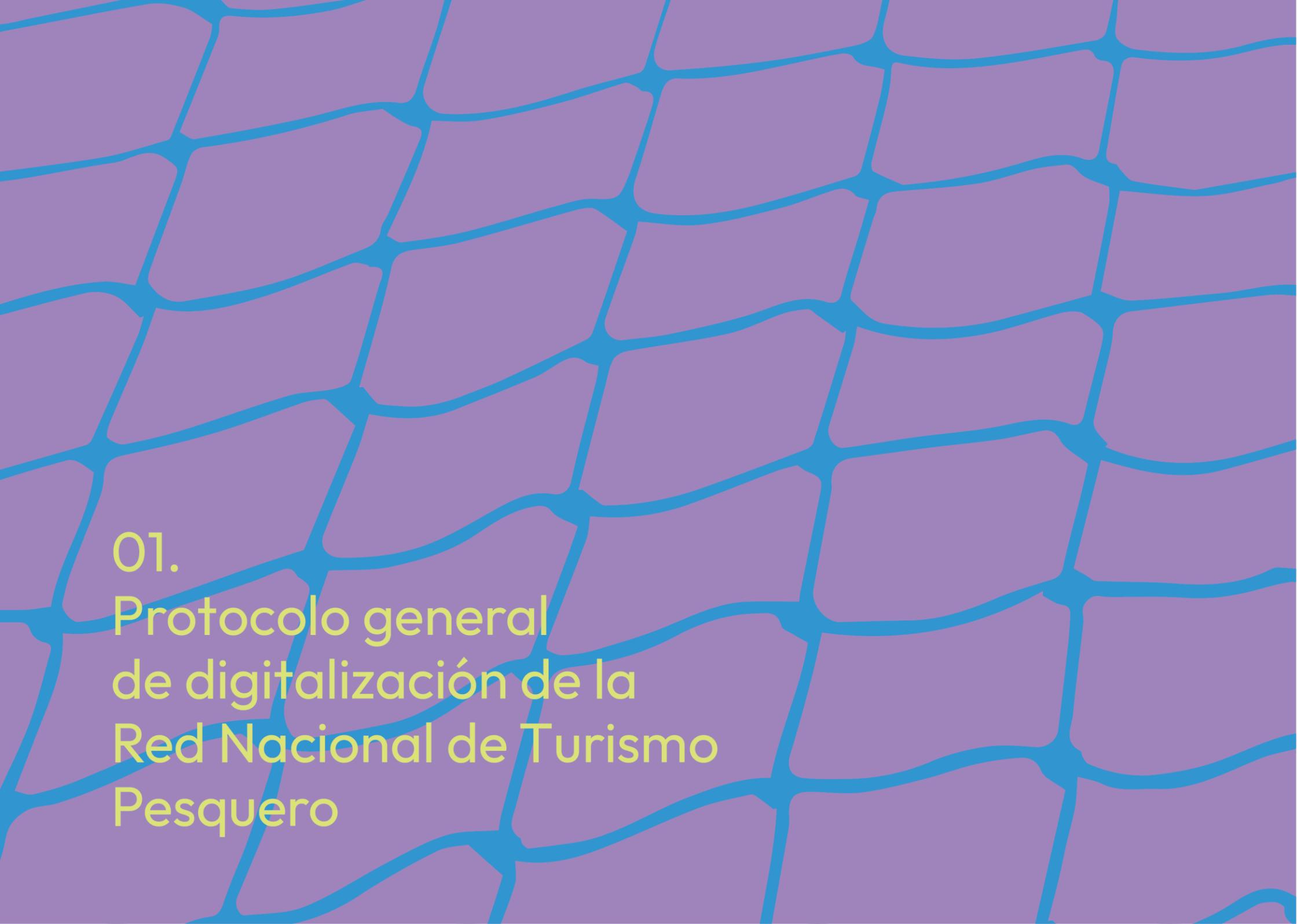


	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad y estén publicadas la carta, productos, precios, localización, contacto para las reservas, etc.
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Alojamientos pesqueros o marineros	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	En el caso de que se sirvan comidas, los productos que se comercializan tendrán que estar directamente vinculados a la pesca, el marisqueo y la acuicultura profesional del lugar donde se encuentre el local y serán la oferta principal.
	La seña de identidad del establecimiento debe estar vinculada obligatoriamente al mundo de la pesca o la acuicultura.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, y donde estén publicados los servicios, productos, precios, localización, contacto para las reservas, etc.
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.
Agencias especializadas y Clubes de Producto	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa.
	Al menos el 50% de la oferta de experiencias que comercializa pertenece a algunas de las categorías incluidas en la Red de Turismo Pesquero de España.
	Cumple con la normativa relativa a la protección de datos.
	Cuenta con una web, blog o link en el que se describa la experiencia dentro de otra página diferente donde figura la actividad, producto o servicio que comercializa, así como toda la información obligatoria correspondiente.
	Se compromete en un futuro a incluir en su web el enlace de pertenencia a la Red de Turismo Pesquero de España.

3.2. Protocolo general de digitalización para los integrantes de la Red

Considerando los mencionados requisitos del Manual, en este epígrafe se define el Protocolo general de la Red, donde se reproducen aquellas pautas generales vinculadas a la digitalización que afectan a todas las entidades que formen parte de la Red, independientemente de su ámbito de actividad.

Estas pautas, así como, posteriormente, los protocolos/pautas específicas según ámbito de actividad, van un paso más allá de los requisitos de obligado cumplimiento presentes en el Manual de la Red relacionados con la digitalización, favoreciendo la diferenciación de los servicios y las empresas que las cumplan.



01.
Protocolo general
de digitalización de la
Red Nacional de Turismo
Pesquero

Ámbito de la digitalización	Pautas o actuaciones protocolo general de digitalización
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web responsive, actualizado y bien posicionado en motores de búsqueda.
	Ofrecer contenidos en múltiples versiones lingüísticas.
	Gestionar perfiles en redes sociales con contenidos adaptados a cada plataforma.
	Diseñar y ejecutar campañas publicitarias digitales.
	Consolidar una identidad visual uniforme mediante lineamientos gráficos consistentes.
	Producir y difundir contenidos digitales de calidad en formatos variados.
	Implementar cartelería digital y material promocional electrónico, incorporando códigos QR.
	Establecer medios de contacto digitales eficientes (chat en vivo, formularios, email, etc.) para facilitar la comunicación. Garantizar la accesibilidad de la información digital mediante un diseño claro, contraste adecuado y tipografías legibles.
Digitalización de procesos	Implantar sistemas de reservas online integrados y de fácil uso, que agilicen la experiencia de compra.
	Incorporar soluciones TPV para la gestión eficiente de transacciones digitales en el punto de venta.
	Digitalizar procesos comerciales y administrativos (venta, facturación, gestión de inventarios, etc.) mediante la implementación de herramientas ERP y CRM.
	Optimizar el flujo de trabajo interno a través de la automatización de procesos para incrementar la eficiencia operativa.
Formación interna	Designar una persona responsable de la política de digitalización en la empresa y de la implantación de las medidas y acciones oportunas para conseguir el máximo grado de digitalización.
	Organizar cursos y talleres regulares para la actualización en competencias digitales y el uso de herramientas tecnológicas.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM que permita el seguimiento personalizado y la fidelización de clientes.
	Establecer protocolos de monitorización y respuesta activa en plataformas digitales para gestionar reseñas, comentarios y feedback, asegurando una reputación online positiva.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar una infraestructura de conectividad robusta y estable (Wi-Fi, redes internas...) que soporte todas las operaciones digitales.
	Implementar medidas de ciberseguridad: cifrado de datos, backups regulares, actualizaciones constantes y controles de acceso para proteger la información y los sistemas.
	Realizar auditorías periódicas para detectar y subsanar vulnerabilidades en la red.
Otros	Fomentar la integración de nuevas tecnologías (inteligencia artificial, realidad aumentada, etc.) para enriquecer la experiencia digital.
	Utilizar herramientas de analítica digital y Big Data para optimizar la toma de decisiones estratégicas.

3.3. Protocolos específicos de digitalización por ámbito de actividad para mejora de los miembros de la Red

Además de las pautas que conforman el protocolo general que debe cumplir cada uno de los integrantes de la Red en el ámbito de la digitalización, se relacionan a continuación una serie de Protocolos por ámbito de actividad que incorporan **pautas o actuaciones específicas** que podrían implementarse para la mejora de la digitalización por cada integrante de acuerdo con su ámbito o ámbitos de actividad. Estas pautas o acciones no son obligatorias, sino recomendaciones.

Como se ha mencionado, las pautas que integran estos protocolos fortalecen la actividad y diferenciación de los integrantes de la Red al profundizar aún más en su apuesta por la digitalización.

02.

**Protocolo específico
de digitalización para
Pescaturismo de la Red
Nacional de Turismo Pesquero**

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 1. Turismo a bordo. Pescaturismo
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa de pescaturismo, con secciones claras sobre itinerarios, horarios y reservas.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, resaltando la tradición y sostenibilidad del sector.
	Crear campañas publicitarias digitales que resalten los valores diferenciadores experienciales.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que expliquen la experiencia y ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos, audioguías) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online adaptado a la actividad, que gestione cupos y actualice la disponibilidad en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar y gestionar reservas.
	Integrar soluciones TPV que permitan procesar pagos digitales de forma segura tanto a bordo como en tierra.
	Digitalizar los procesos administrativos y de facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo marítimo.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización específico para pescaturismo, encargado de coordinar la estrategia digital.
	Brindar al personal material didáctico que soliciten/necesiten para cada actividad.
	Organizar cursos y talleres prácticos para la tripulación y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al sector turístico para gestionar la información de los clientes y realizar seguimiento post-actividad.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi, redes móviles) a bordo que permitan el acceso a servicios digitales durante la experiencia.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
	Realizar auditorías de ciberseguridad y pruebas de penetración de manera periódica para identificar vulnerabilidades y actualizar protocolos de protección.
Otros	Evaluar el uso de tecnologías emergentes, como realidad aumentada o virtual, para ofrecer previsualizaciones interactivas de la experiencia.
	Integrar la actividad con servicios complementarios (visitas al puerto, lonja, talleres prácticos...) a través de una plataforma de reservas unificada.

03.

Protocolo específico de digitalización para Turismo pesquero o marinero de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 1. Turismo a bordo. Turismo pesquero o marinero
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa de turismo marinero, con secciones que detallen rutas, itinerarios, experiencias y reservas.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestren excursiones, visitas, momentos destacados...
	Crear campañas publicitarias digitales orientadas que resalten los valores diferenciadores de la experiencia.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que expliquen la experiencia y ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos, audioguías) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online adaptado a la actividad, que gestione cupos y actualice la disponibilidad en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar y gestionar reservas.
	Integrar soluciones TPV que permitan procesar pagos digitales de forma segura tanto a bordo como en tierra.
	Digitalizar los procesos administrativos y de facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo marítimo.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización específico para turismo marinero, encargado de coordinar la estrategia digital.
	Organizar cursos y talleres prácticos para la tripulación y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al sector turístico para gestionar la información de los clientes y realizar seguimiento post-actividad.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi, redes móviles) a bordo que permitan el acceso a servicios digitales durante la experiencia.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Evaluar el uso de tecnologías emergentes, como realidad aumentada o virtual, para ofrecer tours interactivos.
	Integrar la actividad con servicios complementarios (visitas al puerto, lonja, talleres prácticos...) a través de una plataforma de reservas unificada.



04.
Protocolo específico de
digitalización para Marisqueo
a pie de la Red Nacional de
Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinero en tierra. Marisqueo a pie
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa de marisqueo a pie, con secciones que detallen rutas, itinerarios, experiencias y reservas.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestren demostraciones prácticas, el uso de utensilios y momentos destacados de mariscadores en acción...
	Crear campañas publicitarias digitales orientadas a resaltar la experiencia educativa y tradicional.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que expliquen la experiencia y ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos, audioguías) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
	Desarrollar un mapa interactivo en línea de rutas de marisqueo, que muestre puntos de interés y elementos culturales.
	Implementar una aplicación móvil.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online adaptado a la actividad, que gestione cupos y actualice la disponibilidad en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar y gestionar reservas.
	Integrar soluciones TPV para procesar pagos digitales de forma segura en puntos de venta o centros de acogida.
	Digitalizar la administración, facturación y coordinación logística mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo pesquero en tierra.
	Incorporar herramientas de geolocalización y seguimiento en tiempo real para optimizar rutas, gestionar recursos y coordinar las actividades durante la experiencia.
	Designar a un responsable de digitalización específico para marisqueo a pie, encargado de coordinar la estrategia digital.

Formación interna	Organizar cursos y talleres prácticos para guías y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.
	Ofrecer formación en patrimonio marino y técnicas tradicionales de marisqueo para que el personal transmita eficazmente su riqueza cultural.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al sector turístico para gestionar la información de los clientes y realizar seguimiento post-actividad.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Desarrollar una comunidad digital para marisqueo a pie, donde los visitantes puedan compartir sus experiencias, fotos y comentarios, incentivando la interacción y la retroalimentación orgánica.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi, redes móviles) en centros de información o puntos clave de la experiencia, para que los visitantes puedan acceder a contenidos digitales durante la actividad.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.

Otros	Evaluar el uso de tecnologías emergentes, como realidad aumentada o virtual, para ofrecer tours interactivos.
	Integrar la actividad con servicios complementarios (visitas al puerto, lonja, talleres prácticos...) a través de una plataforma de reservas unificada.
	Crear recorridos autoguiados basados en geolocalización que ofrezcan contenido multimedia en cada parada.
	Instalar paneles interactivos en puntos estratégicos del recorrido, que ofrezcan información digital en tiempo real sobre el patrimonio cultural y las técnicas de marisqueo, facilitando la experiencia.

05.

Protocolo específico de digitalización para Oficios del mar de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinero en tierra. Oficinas del mar	
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa de oficinas del mar, con secciones que detallen rutas, talleres, exposiciones y reservas.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que documente demostraciones, procesos de trabajo y exposiciones.
	Crear campañas publicitarias digitales dirigidas a públicos interesados en la cultura marítima.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
	Implementar una aplicación móvil.
Digitalización de procesos	Realizar eventos en vivo (webinars o sesiones transmitidas en redes sociales) durante los talleres, para que potenciales clientes puedan ver la calidad de la formación y generar contenido positivo.
	Implementar un sistema de reservas online adaptado a visitas y talleres, que gestione cupos e itinerarios en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar y gestionar reservas.
	Integrar soluciones TPV para procesar pagos digitales de forma segura en puntos de venta o centros de interpretación.
	Incorporar herramientas de geolocalización y seguimiento en tiempo real para optimizar rutas y coordinar actividades durante la experiencia.
Formación interna	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo pesquero.
	Designar a un responsable de digitalización específico para oficinas del mar, encargado de coordinar la estrategia digital.
Formación interna	Organizar cursos y talleres prácticos para guías y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.

	Ofrecer formación especializada en patrimonio marino y técnicas artesanales de oficios del mar para transmitir eficazmente la riqueza cultural.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM especializado en turismo cultural marítimo para centralizar y gestionar la información de los visitantes, permitiendo un seguimiento post-visita efectivo.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Establecer un programa de embajadores digitales entre los participantes de los talleres, incentivándolos a difundir su experiencia y a actuar como promotores de la actividad.
	Crear campañas de email marketing segmentadas para promocionar nuevos talleres y eventos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi y redes móviles) en centros de interpretación, talleres y puntos clave de la experiencia, asegurando acceso continuo a contenidos digitales.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Incorporar tecnologías emergentes, como realidad aumentada o virtual, para ofrecer tours interactivos que expliquen procesos de elaboración, reparación y técnicas artesanales en tiempo real.
	Colaborar con instituciones culturales y artesanales locales para integrar exposiciones digitales y archivos multimedia sobre el patrimonio marítimo.
	Desarrollar una plataforma de storytelling digital para documentar y difundir la historia y evolución de los oficios del mar, invitando a la participación de la comunidad
	Crear recorridos autoguiados y mapas interactivos basados en geolocalización, con contenido multimedia en cada parada.

06.

Protocolo específico de digitalización para Rutas marineras en tierra de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinerero en tierra. Rutas marineras en tierra
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa de rutas marineras en tierra, con secciones que detallen itinerarios, puntos de interés, experiencias culturales y opciones de reserva.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestren visitas a puertos, faros, lonjas, barrios marineros y espacios naturales vinculados al patrimonio pesquero.
	Crear campañas publicitarias digitales dirigidas a públicos interesados en la cultura marítima y el turismo educativo.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online específico para visitas y rutas guiadas, que gestione cupos e itinerarios en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar actualizaciones de itinerarios.
	Integrar soluciones TPV para procesar pagos digitales de forma segura en puntos de venta asociados o centros de interpretación.
	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo pesquero.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización especializado en turismo pesquero cultural, encargado de coordinar la estrategia digital para las rutas marineras en tierra.
	Organizar cursos y talleres prácticos para guías y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.
	Ofrecer formación especializada en la historia, cultura y patrimonio marítimo para mejorar la interpretación y narrativa durante las rutas.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al turismo cultural para centralizar y gestionar la información de los visitantes, permitiendo segmentar y realizar seguimiento post-visita.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Incentivar la difusión de experiencias positivas mediante programas de fidelización, ofreciendo beneficios como descuentos en futuras visitas o acceso a contenido exclusivo.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi y redes móviles) en centros de interpretación y puntos clave a lo largo de las rutas, asegurando acceso continuo a contenidos digitales.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Explorar el uso de realidad aumentada o virtual para ofrecer tours interactivos que superpongan información histórica y cultural sobre los sitios visitados.
	Instalar kioscos digitales interactivos en puntos estratégicos del recorrido, con contenido multimedia (videos, fotografías y relatos) sobre la tradición y patrimonio pesquero.
	Implementar un recorrido gamificado, con desafíos y búsquedas del tesoro digitales que incentiven la exploración de los sitios de interés.
	Colaborar con instituciones culturales locales para integrar exposiciones digitales y archivos multimedia en la experiencia de las rutas.

07.

Protocolo específico de digitalización para Actividades socioculturales de la Red Nacional de Turismo

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinero en tierra. Actividades socioculturales
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web exclusivo que detalle itinerarios, exposiciones, conferencias, talleres y reservas para actividades socioculturales.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que documente eventos, charlas y actividades interactivas, resaltando la dimensión educativa y cultural.
	Crear campañas publicitarias digitales orientadas dirigidas a públicos interesados en la historia y el patrimonio marino.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos, audioguías) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online específico para actividades socioculturales, gestionando cupos e itinerarios en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar información relevante sobre las exposiciones o actividades.
	Integrar soluciones TPV para procesar pagos digitales de forma segura en centros culturales o museos.
	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo cultural.
	Incorporar herramientas de geolocalización para ofrecer recorridos interactivos y autoguiados en centros de interpretación.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización para actividades socioculturales, encargado de coordinar la estrategia digital en este ámbito.
	Organizar cursos y talleres prácticos para guías y el personal en el uso de plataformas digitales, gestión de reservas y comunicación en línea.
	Ofrecer formación especializada en patrimonio marino y narrativa cultural para enriquecer la

	interpretación de la historia y tradiciones marítimas.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al turismo cultural para centralizar y gestionar la información de los visitantes, permitiendo segmentar y realizar seguimiento post-evento.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi y redes móviles) en centros culturales, museos y espacios expositivos para que los visitantes accedan a contenidos digitales durante la actividad.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Desarrollar una plataforma digital interactiva de participación cultural que organice foros de debate, mesas redondas virtuales y eventos colaborativos en vivo con expertos en patrimonio marino.
	Establecer iniciativas de co-creación de contenido, donde los visitantes puedan contribuir con relatos, fotos y testimonios sobre la cultura pesquera, fortaleciendo la narrativa digital.
	Crear recorridos autoguiados y mapas interactivos basados en geolocalización, con contenido multimedia en cada parada para enriquecer la experiencia educativa.
	Colaborar con instituciones culturales locales para integrar exposiciones digitales y archivos multimedia que documenten la historia y evolución del patrimonio marino.

08.

Protocolo específico de digitalización para Comercialización de productos de la Red Nacional de Turismo

Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinero en tierra. Comercialización de productos	
Ámbito de la digitalización	
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa que detalle visitas a conserveras, salineras, lonjas, piscifactorías y mercados.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestre procesos de producción, degustaciones y testimonios de expertos.
	Crear campañas publicitarias digitales dirigidas a públicos interesados en gastronomía, sostenibilidad y tradición.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que expliquen la historia y técnicas de producción y ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online específico para visitas guiadas a instalaciones de producción y comercialización, gestionando cupos e itinerarios en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar actualizaciones de itinerarios y eventos.
	Integrar soluciones TPV seguras para procesar pagos digitales en puntos de venta o centros de interpretación.
	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en el sector pesquero.
	Incorporar módulos de e-commerce para permitir la compra online de productos, complementando la experiencia turística.
	Designar a un responsable de digitalización para la comercialización de productos, encargado de coordinar la estrategia digital en este ámbito.
	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal sobre el uso de plataformas digitales, e-

Formación interna	commerce y herramientas de marketing online.
	Ofrecer formación en aspectos clave del sector, como seguridad alimentaria, técnicas de conservación y comunicación digital enfocada en productos pesqueros.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un CRM especializado para centralizar la información de visitantes y clientes, permitiendo un seguimiento post-visita y segmentación según intereses (tours, degustaciones, compras).
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Fomentar la creación de una comunidad digital donde los usuarios compartan sus experiencias, recetas y recomendaciones, fortaleciendo la reputación online.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que incentiven la repetición de visitas y la compra de productos, ofreciendo beneficios exclusivos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi y redes móviles) en centros de interpretación, puntos de venta y en instalaciones visitadas, asegurando acceso continuo a contenidos digitales.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.

Otros	Explorar el uso de realidad aumentada o virtual para ofrecer tours interactivos que muestren el proceso de producción y expliquen la historia de los productos pesqueros.
	Integrar la experiencia con actividades complementarias, como talleres de cocina o degustaciones, a través de una plataforma de reservas unificada.
	Utilizar inteligencia artificial para personalizar recomendaciones de productos, optimizar la gestión de inventario y prever tendencias de consumo, adaptando la oferta en tiempo real.
	Desarrollar un catálogo digital interactivo y con funciones de realidad aumentada para que los clientes puedan visualizar productos en 3D y acceder a información detallada de su proceso de elaboración.

09.

Protocolo específico de digitalización para Actividades gastronómicas de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 2. Turismo pesquero o marinero en tierra. Actividades gastronómicas
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa que detalle menús, eventos, cursos de cocina, degustaciones y show-cooking.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, con contenido audiovisual (videos de cocina, entrevistas a chefs, transmisiones en vivo de eventos)
	Crear campañas publicitarias digitales dirigidas a públicos interesados en gastronomía, sostenibilidad y tradición.
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
Digitalización de procesos	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
	Implementar un sistema de reservas online específico para eventos gastronómicos y cursos de cocina, gestionando cupos e itinerarios en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar actualizaciones informativas.
	Integrar soluciones TPV seguras para procesar pagos digitales en ferias, restaurantes y centros de interpretación.
	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en el sector gastronómico.
	Incorporar módulos de e-commerce para la compra online de ingredientes exclusivos, productos gourmet o merchandising de la marca.
	Designar a un responsable de digitalización para actividades gastronómicas, encargado de coordinar la estrategia digital y supervisar la integración de nuevas tecnologías.
	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal sobre el uso de plataformas digitales, e-

Formación interna	commerce y herramientas de marketing online.
	Ofrecer formación en aspectos clave del sector, como seguridad alimentaria, técnicas culinarias modernas y comunicación digital enfocada en gastronomía marinera, para potenciar la calidad de los eventos y degustaciones.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM orientado al sector turístico para gestionar la información de los clientes y realizar seguimiento post-actividad.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Fomentar la creación de una comunidad digital donde los usuarios compartan sus experiencias, recetas y recomendaciones, fortaleciendo la reputación online.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que incentiven la repetición de visitas y la compra de productos, ofreciendo beneficios exclusivos.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi y redes móviles) en centros gastronómicos, ferias y locales donde se desarrollen las actividades, asegurando acceso continuo a contenidos digitales durante los eventos.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Explorar el uso de realidad aumentada o virtual para ofrecer tours interactivos por cocinas, demostraciones en vivo o recorridos virtuales por ferias gastronómicas
	Colaborar con chefs reconocidos, influencers y expertos del sector para generar contenido exclusivo, como masterclasses digitales y degustaciones interactivas, diferenciando la experiencia gastronómica y reforzando la imagen de la marca.
	Desarrollar un catálogo digital interactivo que permita a los clientes visualizar platos y productos en

	3D, accediendo a información detallada sobre ingredientes y procesos de elaboración, y utilizando tecnologías de trazabilidad para certificar el origen sostenible.
--	---



10.
**Protocolo específico de
digitalización para Acuiturismo
de la Red Nacional de Turismo Pesquero**

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 3. Acuicultura
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web sobre la empresa que detalle visitas a piscifactorías, rutas por ríos, lagos, albuferas, acuarios y marismas, explicando procesos productivos y el contexto ecológico.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, con contenido audiovisual (tours virtuales, entrevistas a expertos, testimonios de visitantes) que resalten la experiencia y la importancia medioambiental.
	Crear campañas publicitarias digitales dirigidas a públicos interesados en naturaleza, ecoturismo y sostenibilidad
	Crear materiales descargables, como guías, trípticos y folletos, que ofrezcan información complementaria.
	Distribuir material informativo digital (videos, infografías, folletos) a través de códigos QR para facilitar el acceso a información.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online adaptado a la actividad, que gestione cupos y actualice la disponibilidad en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar y gestionar reservas.
	Integrar soluciones TPV que permitan procesar pagos digitales de forma segura en centros de interpretación y puntos de venta.
	Digitalizar los procesos administrativos y de facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en turismo acuícola.
	Integrar sensores IoT para monitorizar en tiempo real la calidad del agua y condiciones de cultivo, vinculándolos a una plataforma central para optimizar procesos productivos.
	Implementar sistemas de trazabilidad digital (por ejemplo, blockchain) para certificar la calidad y origen sostenible de los productos acuícolas.
	Designar a un responsable de digitalización específico para Acuicultura, encargado de coordinar la estrategia digital y supervisar la integración de nuevas tecnologías.

Formación interna	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal sobre el uso de plataformas digitales, e-commerce y herramientas de marketing online.
	Ofrecer formación especializada en tecnologías emergentes (IoT, analítica de datos, blockchain) aplicadas a la acuicultura, y en temas de conservación y sostenibilidad, para mejorar la interpretación del entorno.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un CRM especializado en turismo acuícola para centralizar y segmentar la información de los visitantes, permitiendo un seguimiento post-visita personalizado.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Utilizar herramientas de monitorización para evaluar la satisfacción y ajustar la oferta en función de la retroalimentación.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad (Wi-Fi, redes móviles) en centros de interpretación, piscifactorías y puntos clave a lo largo de las rutas, asegurando acceso continuo a contenidos digitales durante la visita.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Desarrollar un dashboard interactivo que integre indicadores medioambientales y de producción, facilitando la toma de decisiones basada en datos en tiempo real.
	Explorar el uso de realidad aumentada o virtual para ofrecer tours interactivos que expliquen los procesos acuícolas y muestren de forma inmersiva el entorno natural y tecnológico.
	Desarrollar un catálogo digital interactivo para que los visitantes puedan visualizar productos y especies en 3D, con información detallada sobre su origen y métodos de cultivo.

11.

Protocolo específico de digitalización para Comercios marineros de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 4. Comercios marineros
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web que exhiba el catálogo de productos pesqueros, acuícolas y artesanales, resaltando la autenticidad y origen local.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que incluya imágenes de productos, videos de procesos productivos, testimonios y promociones, para posicionar la marca y atraer a clientes interesados en gastronomía y cultura marítima.
	Crear campañas publicitarias digitales segmentadas para públicos específicos, destacando la exclusividad, sostenibilidad y tradición de los productos.
	Ofrecer materiales descargables (catálogos, guías, folletos) e integrar códigos QR en el material promocional para acceder a información adicional y contenido multimedia.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de e-commerce integrado en la web que permita la compra online de productos, souvenirs y artículos artesanales, gestionando pedidos, stock e itinerarios de entrega en tiempo real.
	Automatizar la gestión de pedidos, facturación y logística mediante herramientas ERP/CRM especializadas en el sector pesquero.
	Integrar soluciones TPV seguras para procesar pagos digitales en tiendas físicas y puntos de venta asociados.
	Digitalizar la gestión del inventario y los procesos de reposición, utilizando tecnologías que optimicen la cadena de suministro.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización para el comercio marinerero, encargado de coordinar la estrategia digital y la integración de nuevas tecnologías.
	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal sobre el uso de plataformas de e-commerce, herramientas de marketing digital y atención al cliente en línea.
	Ofrecer formación en aspectos específicos del sector, como técnicas de conservación, seguridad alimentaria y comunicación digital enfocada en productos pesqueros y artesanales.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un sistema CRM especializado para centralizar la información de clientes, gestionar campañas de fidelización y segmentar ofertas según intereses (compras, degustaciones, eventos).
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que ofrezcan beneficios exclusivos, incentivando la repetición de compras.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad robustas (Wi-Fi, redes móviles) en puntos de venta y centros de atención, asegurando el acceso continuo a las plataformas digitales y el e-commerce.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Explorar el uso de realidad aumentada para que los clientes puedan visualizar productos en 3D y conocer detalles sobre su origen y métodos de elaboración.

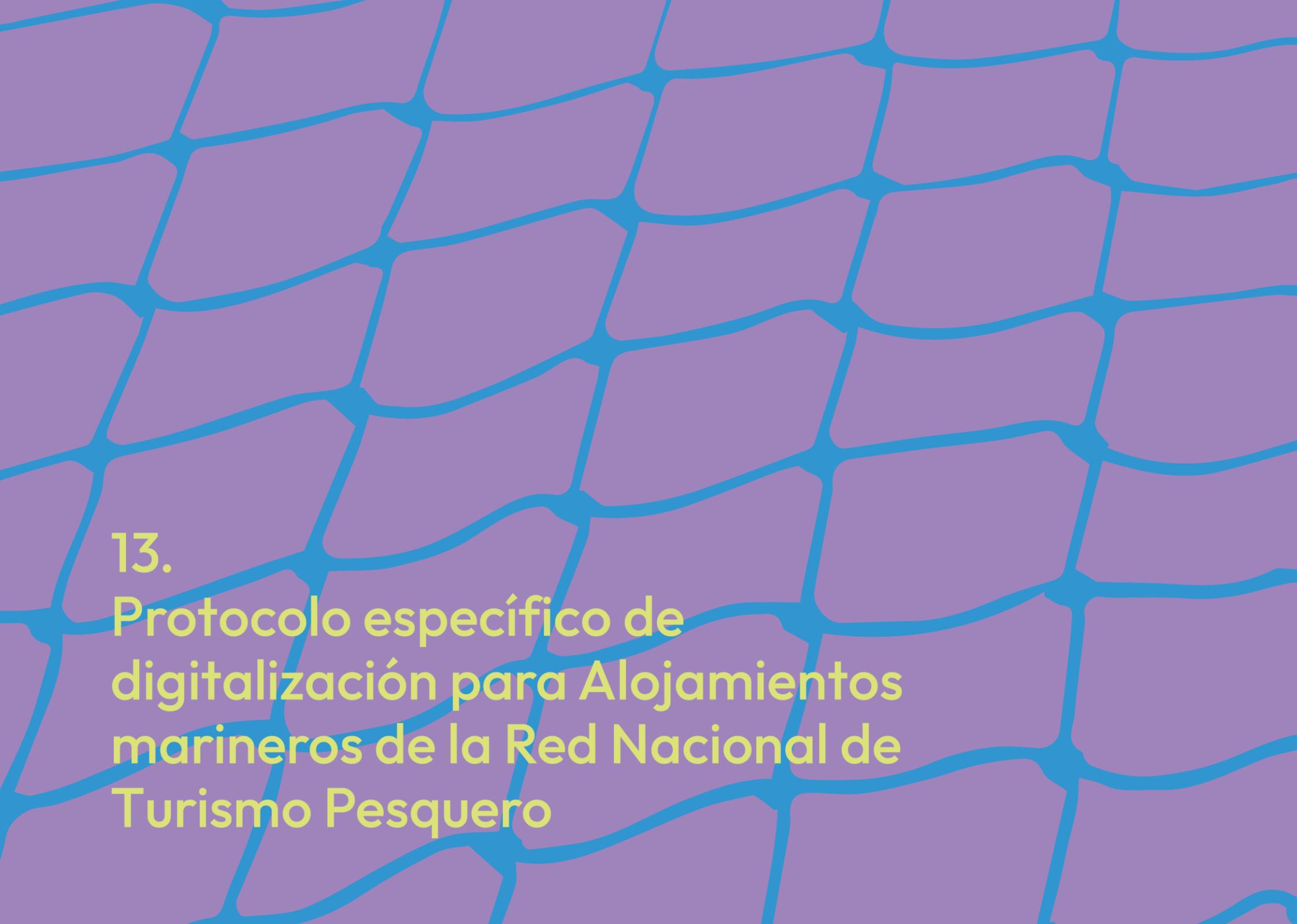
12.

Protocolo específico de digitalización para Restaurantes marineros de la Red Nacional de Turismo Pesquero

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 5. Restaurantes marineros
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web que exhiba el menú, la historia y la calidad de los productos pesqueros, acuícolas y artesanales.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, con contenido audiovisual (videos de preparación, entrevistas a chefs, transmisiones en vivo) para posicionar la marca y atraer a clientes interesados en gastronomía y cultura marítima.
	Crear campañas publicitarias digitales segmentadas para públicos específicos.
	Ofrecer materiales descargables (catálogos, menús, folletos, recetas) e integrar códigos QR para acceder a contenido multimedia adicional.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil para reservas, pedidos y programas de fidelización.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online adaptado a la gestión de mesas y eventos, permitiendo la administración en tiempo real de reservas y flujo de clientes.
	Integrar un sistema de gestión de mesas y colas en tiempo real para optimizar la ocupación y reducir tiempos de espera.
	Implementar soluciones de pedidos digitales a través de quioscos o tablets en mesa, sincronizadas con la cocina mediante sistemas de gestión (KDS).
	Conectar digitalmente la cadena de suministro con plataformas de proveedores para optimizar pedidos y reducir tiempos de entrega.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar actualizaciones en eventos y promociones.
	Integrar soluciones TPV seguras para procesar pagos digitales tanto en tienda física como online.
	Digitalizar la gestión del inventario, facturación y logística mediante herramientas ERP/CRM

	especializadas en hostelería.
	Incorporar módulos de e-commerce para la venta online de productos gourmet, merchandising o pedidos especiales.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización para el sector de restauración marítima, encargado de coordinar la estrategia digital.
	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal sobre el uso de plataformas de e-commerce, sistemas de reservas, y atención al cliente digital.
	Ofrecer formación en seguridad alimentaria, gestión de menús digitales y comunicación enfocada en productos marinos.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un CRM especializado en hostelería para centralizar la información de clientes, permitiendo un seguimiento post-visita y segmentación de ofertas (reservas, degustaciones, eventos).
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que ofrezcan beneficios exclusivos, incentivando la repetición de visitas.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad robustas (Wi-Fi, redes móviles) en los establecimientos para mantener acceso continuo a plataformas digitales y sistemas de e-commerce.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.

Otros	Utilizar análisis predictivos y machine learning para anticipar tendencias de consumo y ajustar la oferta en función de la demanda.
	Desarrollar estrategias de omnicanalidad que integren la experiencia online y offline, permitiendo a los clientes realizar pedidos anticipados y acceder a promociones exclusivas.
	Crear programas de fidelización digital y gamificación que recompensen la participación activa, la repetición de compras y la interacción en redes sociales.



13.
**Protocolo específico de
digitalización para Alojamientos
marineros de la Red Nacional de
Turismo Pesquero**



Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 6. Alojamientos marineros
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web exclusivo que exhiba las instalaciones, experiencias y servicios, resaltando la conexión con la tradición marinera y acuícola.
	Incorporar módulos de e-commerce para la venta de productos locales, artesanales o experiencias complementarias.
	Desarrollar un chatbot o asistente digital en el sitio web y en la aplicación móvil, especializado en recomendar actividades locales, eventos culturales y atracciones marineras.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestre experiencias reales, espacios expositivos y actividades culturales vinculadas a la vida marina.
	Crear campañas publicitarias digitales segmentadas para públicos específicos.
	Ofrecer materiales descargables (catálogos, guías, folletos, rutas) y utilizar códigos QR para acceder a tours virtuales y contenido multimedia.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil para reservas, gestión de servicios y programas de fidelización.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online para gestionar habitaciones, servicios y actividades complementarias en tiempo real.
	Integrar soluciones TPV seguras para procesar pagos digitales tanto en el establecimiento como online.
	Digitalizar la administración, facturación y logística mediante herramientas ERP/CRM especializadas en hostelería y turismo pesquero.
	Integrar sistemas de gestión de propiedades (PMS) para coordinar servicios y optimizar la ocupación.
	Implementar un sistema de autoservicio digital para check-in y check-out a través de kioscos o una aplicación móvil, reduciendo tiempos de espera y mejorando la experiencia del huésped.
	Implementar un servicio de conserjería digital que ofrezca recomendaciones personalizadas, gestión de servicios y comunicación directa entre huéspedes y personal del establecimiento.
	Designar a un responsable de digitalización para alojamientos pesqueros, encargado de coordinar la estrategia digital y la integración de nuevas tecnologías.

Formación interna	Organizar cursos y talleres prácticos para el personal y anfitriones sobre el uso de plataformas digitales, sistemas de reservas y atención al cliente online.
	Ofrecer formación especializada en comunicación digital enfocada en la tradición marinera y en el uso de herramientas de gestión de la experiencia del huésped.
Gestión de clientes y reputación online	Implementar un CRM especializado en hostelería para centralizar y segmentar la información de los huéspedes, permitiendo un seguimiento post-estancia personalizado.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que ofrezcan beneficios exclusivos, incentivando la repetición de visitas.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad robustas (Wi-Fi, redes móviles) en todas las áreas del alojamiento, asegurando el acceso continuo a plataformas digitales y sistemas de e-commerce.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Integrar soluciones IoT para monitorizar en tiempo real el consumo energético, el mantenimiento y la seguridad de las instalaciones, optimizando los costos operativos.
	Utilizar análisis de datos y herramientas de machine learning para prever la ocupación, ajustar precios dinámicamente y optimizar la gestión de ingresos.
	Desarrollar recorridos virtuales y tours interactivos de las instalaciones y de la zona pesquera, integrando realidad aumentada para enriquecer la experiencia cultural.
	Integrar la experiencia del alojamiento con otras actividades turísticas (visitas a puertos, ferias, actividades socioculturales) mediante una plataforma de reservas unificada.

14.

**Protocolo específico de digitalización
para Agencias especializadas y Clubes
de Producto de la Red Nacional
de Turismo Pesquero**

Ámbito de la digitalización	Protocolo específico de digitalización 7. Agencias especializadas y Clubes de Producto
Identidad y presencia digital	Desarrollar y mantener un sitio web dedicado que exhiba la oferta de viajes, paquetes y experiencias vinculadas al mundo de la pesca y la acuicultura.
	Diseñar y aplicar una identidad visual específica (logotipo, paleta de colores, tipografía) que distinga la empresa y actividad, y además se utilice en el resto de acciones de marketing.
	Gestión de redes sociales, incluyendo publicaciones regulares, contenidos de alta calidad y dinamización de los diferentes perfiles, que muestren itinerarios, testimonios, imágenes de experiencias y novedades del sector.
	Crear campañas publicitarias digitales segmentadas para públicos específicos.
	Ofrecer materiales descargables (catálogos, guías, folletos) e integrar códigos QR para acceder a contenido multimedia complementario.
	Ofrecer la información en múltiples idiomas para ampliar el alcance global.
	Implementar una aplicación móvil.
	Desarrollar un blog en la página web enfocado al posicionamiento SEO.
Digitalización de procesos	Implementar un sistema de reservas online integrado que permita la creación de paquetes turísticos personalizados y gestione itinerarios y cupos en tiempo real.
	Automatizar notificaciones y recordatorios para confirmar reservas y comunicar actualizaciones o promociones.
	Integrar soluciones TPV seguras y módulos de e-commerce que permitan la compra directa de viajes, experiencias y productos complementarios.
	Digitalizar la administración, facturación mediante herramientas ERP/CRM especializadas en el sector turístico.
	Incorporar herramientas para la dinámica de packaging digital, permitiendo a los clientes combinar experiencias de diferentes categorías en un solo paquete.
Formación interna	Designar a un responsable de digitalización para agencias y clubes, encargado de coordinar la estrategia digital y la integración de nuevas tecnologías.
	Designar a un responsable de digitalización para agencias y clubes, encargado de coordinar la estrategia digital y la integración de nuevas tecnologías.
	Ofrecer formación especializada en gestión turística, comercialización de productos y técnicas de comunicación digital para potenciar la oferta del Club Producto.

Gestión de clientes y reputación online	Implementar un CRM especializado en turismo de experiencias para centralizar y segmentar la información de clientes, permitiendo un seguimiento post-visita y la personalización de ofertas.
	Establecer protocolos para recoger y responder a feedback y reseñas en redes sociales y plataformas especializadas.
	Implementar herramientas de monitorización de reputación online para detectar y gestionar de forma proactiva crisis o comentarios negativos.
	Desarrollar campañas de email marketing y programas de fidelización que ofrezcan beneficios exclusivos, incentivando la repetición de compras.
Conectividad y ciberseguridad	Garantizar soluciones de conectividad robustas (Wi-Fi, redes móviles) en oficinas, centros de atención y eventos, asegurando el funcionamiento continuo de las plataformas digitales.
	Establecer una infraestructura de red segura con puntos de acceso protegidos y encriptación avanzada (SSL/TLS, VPN) para proteger la transmisión de datos en sistemas de reservas y pagos.
	Implementar soluciones de seguridad perimetral, como firewalls y sistemas de detección de intrusiones, que monitoricen y bloqueen accesos no autorizados.
	Programar backups automáticos y regulares, y disponer de un plan de recuperación ante incidentes que garantice la continuidad operativa en caso de fallos.
Otros	Explorar la integración de tecnologías inmersivas, como realidad virtual y aumentada, para ofrecer recorridos previos a la reserva, demostraciones interactivas y previews de destinos exclusivos.
	Colaborar con organismos turísticos y locales para integrar eventos, festivales y promociones exclusivas en la plataforma, creando sinergias entre la oferta digital y la experiencia en el destino.
	Incorporar un asistente digital avanzado, basado en IA, que ofrezca recomendaciones personalizadas y actúe como conserje virtual para ayudar a los clientes a planificar sus experiencias de viaje de forma integral.

Anexo I. Normativa Reguladora

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD): Esta ley adapta el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) al ordenamiento jurídico español, estableciendo los derechos y obligaciones en materia de protección de datos personales y garantizando los derechos digitales de los ciudadanos.

Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (Reglamento General de Protección de Datos - RGPD): Es la normativa de referencia en materia de protección de datos personales en la Unión Europea. Establece los principios, derechos y obligaciones para el tratamiento de datos personales dentro de la UE y para cualquier entidad que maneje datos de ciudadanos europeos.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE): Regula los servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico, estableciendo obligaciones para los prestadores de servicios en línea, incluyendo aspectos como la información obligatoria, comunicaciones comerciales y régimen de responsabilidad.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, sobre el comercio electrónico (Directiva de Comercio Electrónico - ECD): Establece un marco común para los servicios de comercio electrónico en la UE, garantizando la libre circulación de servicios de la sociedad de la información entre los Estados miembros.

Directiva (UE) 2022/2555 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022, relativa a medidas destinadas a garantizar un elevado nivel común de ciberseguridad en toda la Unión (Directiva NIS2): Esta directiva actualiza y refuerza las medidas de ciberseguridad en la UE, estableciendo obligaciones para los Estados miembros y las entidades esenciales e importantes en materia de gestión de riesgos y notificación de incidentes.

Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales (Ley de Servicios Digitales - DSA): Este reglamento establece normas claras para los intermediarios y plataformas en línea, con el objetivo de crear un espacio digital más seguro y proteger los derechos fundamentales de los usuarios.

Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022, relativo a los mercados contestables y equitativos en el sector digital (Ley de Mercados Digitales - DMA): Establece normas para garantizar mercados digitales justos y abiertos, imponiendo obligaciones a las grandes plataformas en línea que actúan como "guardianes de acceso" para prevenir prácticas desleales y promover la competencia.

Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio de 2024, por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial (Ley de Inteligencia Artificial): Este reglamento garantiza la libre circulación transfronteriza de mercancías y servicios basados en la IA, impidiendo que los Estados miembros restrinjan o prohíban su acceso al mercado.

Anexo II. Referencias Bibliográficas.

Desafíos y Oportunidades en la Transformación Digital del Turismo en Andalucía - Andalucía Lab. (2024). Andalucía Lab. Recuperado a partir de: <https://www.andalucialab.org/blog/desafios-y-oportunidades-en-la-transformacion-digital-del-turismo-en-andalucia/>

Gen Z y Millennials: nuevas generaciones de turistas - KPMG Tendencias. (2024). KPMG Tendencias. Recuperado a partir de: <https://www.tendencias.kpmg.es/2024/02/gen-z-millennials-desencriptar-nuevas-generaciones-turistas/>



turismopesquero.es