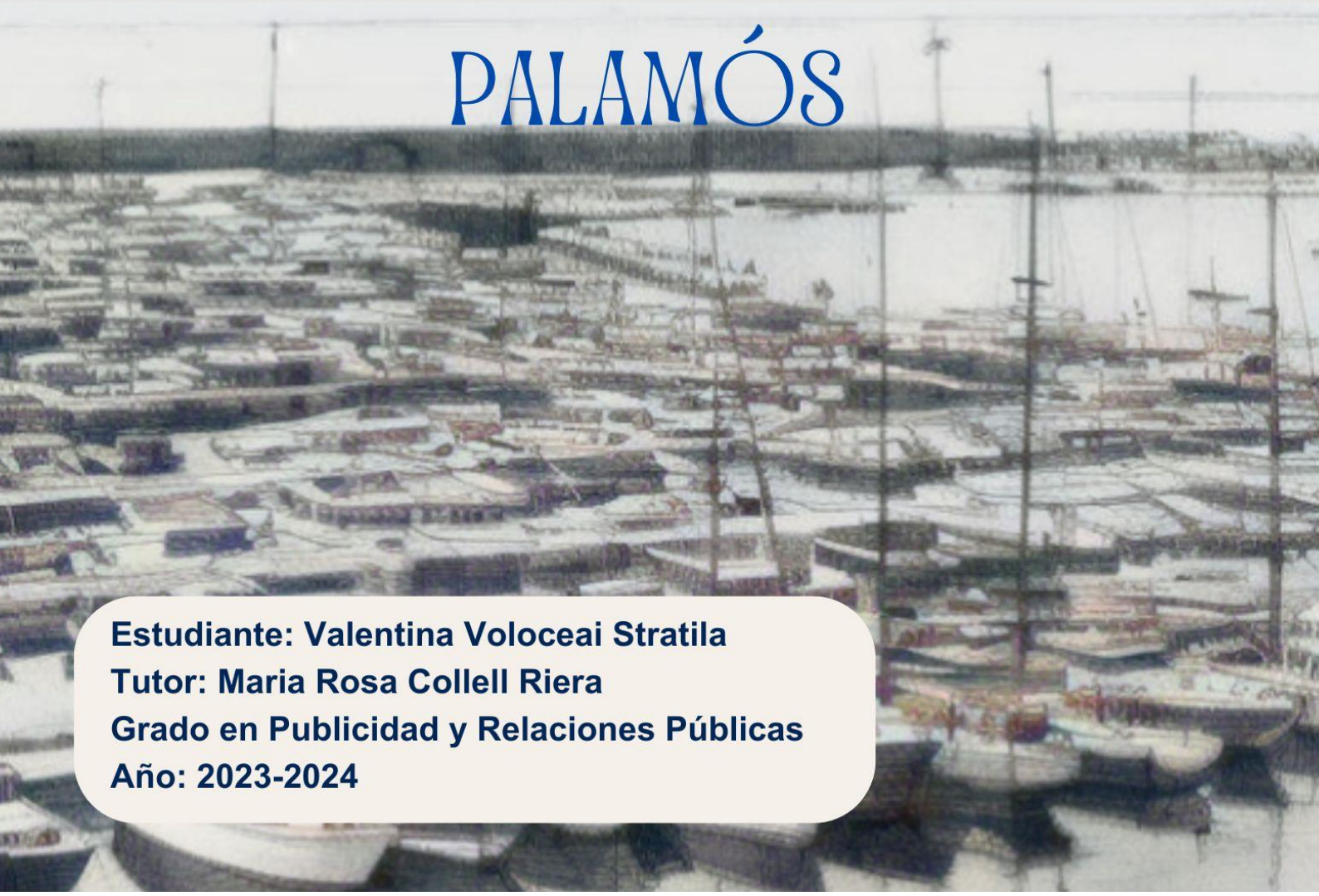


PLANTEAMIENTO Y DISEÑO DE UNA FERIA NÁUTICA EN EL PUERTO MARINA PALAMÓS



Estudiante: Valentina Voloceai Stratila

Tutor: Maria Rosa Collell Riera

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Año: 2023-2024

RESUMEN

Una feria náutica es más que un simple evento; es un proyecto con el cual las empresas del sector náutico despliegan su potencial y crecimiento. Su propósito es destacar las últimas innovaciones tanto en la construcción de embarcaciones como en tecnología aplicada a este ámbito. No se limita únicamente a exhibir barcos, sino que también busca brindar entretenimiento para toda la familia y fomentar el aprendizaje sobre este apasionante mundo. A pesar de su amplia presencia en la actualidad, aún hay puertos que no se han aventurado a acoger este tipo de eventos, quizás por temor a lo desconocido o por la incertidumbre de cómo llevarlo a cabo con éxito. En este contexto, el puerto Marina Palamós ha decidido inaugurar su primera feria náutica desde su fundación en 1992. Con el objetivo de ofrecer una experiencia completa y memorable, este proyecto busca presentar la organización de dicho evento en las instalaciones del puerto.

PALABRAS CLAVE

Feria náutica, Marina Palamós, organización, evento.

ABSTRACT

A boat show is more than just an event; it is a project in which companies in the nautical sector display their potential and growth. Its purpose is to highlight the latest innovations both in boat building and in technology applied to this field. It is not only limited to exhibiting boats, but also seeks to provide entertainment for the whole family and encourage learning about this exciting world. Despite its widespread presence today, there are still ports that have not ventured to host this type of event, perhaps for fear of the unknown or the uncertainty of how to carry it out successfully. In this context, the port Marina Palamós has decided to inaugurate its first nautical fair since its founding in 1992. With the aim of offering a complete and memorable experience, this project seeks to present the organization of such an event in the port's facilities.

KEY WORDS

Nautical fair, Marina Palamós, organization, event.

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN	4
1.1.ESPECIFICACIONES DEL PETICIONARIO.....	4
1.2.HISTORIA DE LAS FERIAS, LOS SALONES NÁUTICOS Y LAS REGATAS	5
1.3.IMPORTANCIA ECONÓMICA	5
1.4.DESARROLLO DEL TURISMO.....	6
1.5.INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA	6
1.6.IMPACTO AMBIENTAL Y SOSTENIBILIDAD	7
1.7.CULTURA Y TRADICIÓN MARÍTIMA.....	7
2.METODOLOGÍA.....	8
3.RESULTADOS	9
3.1.PUBLICIDAD	9
3.2.DESARROLLO.....	10
3.3.PLAN DE ACTUACIÓN.....	12
3.4.PATROCINIO.....	12
3.5.PRESUPUESTO	12
4.CONCLUSIONES	13
5.BIBLIOGRAFÍA.....	14

1. INTRODUCCIÓN

El mundo **náutico** es asombrosamente vasto; las actividades relacionadas con el medio acuático son tan numerosas que podríamos pasar horas enumerándolas y aún nos quedaríamos cortos en páginas. Desde la posesión básica de una embarcación hasta el apasionante mundo del submarinismo o el emocionante arte del surf, el abanico es infinito. Este sector está en constante crecimiento y evolución.

Poniendo nuestra atención en un punto más concreto, el **turismo náutico**, aún considerado un campo poco estudiado en España, ha sido definido como un sector estratégico con un papel relevante en el desarrollo del turismo en el país (Gómez Javaloyes, 2012). Es aquí donde entran la celebración de diferentes **eventos**: ferias, salones náuticos, exposición de embarcaciones; con la finalidad de atraer un público cada vez mayor y hacer crecer este sector.

Ser trabajador activo en este sector, me ha permitido poder valorarlo desde un punto de vista más profundo y profesional. Pero para entender cómo surgió la **idea** del desarrollo de una feria náutica, hay que retroceder en el tiempo. En octubre de 2021, gracias al hecho de formar parte del equipo de puerto Marina Palamós, tuve la oportunidad de obtener entradas VIP para el **Salón Náutico de Barcelona**. Esta experiencia se convirtió en el impulsor de mi decisión, pero no precisamente por las razones positivas. Más que una exposición bien organizada, el evento parecía anticuado y enfocado exclusivamente en lo comercial. Lo que más me impactó negativamente fue la falta de singularidad para los clientes con entradas VIP. La visita fue decepcionante, no porque hubiera fallos en la presentación, sino porque carecía de atractivo y no ofrecía una experiencia especial para quienes esperaban algo más que lo convencional.

Por este motivo, el objeto de este trabajo de final de grado de aplicación es mi capacidad de entregar una propuesta de planificación y diseño de una feria náutica en enero de 2025 en Marina Palamós.

En lo referente al alcance, se programarán **actividades**, se elegirán **expositores** de stands y **embarcaciones**, se buscarán **patrocinadores** y se idearán los recursos **publicitarios** que encajen mejor para la promoción de la feria.

1.1. ESPECIFICACIONES DEL PETICIONARIO

El **Marina Palamós** es un puerto deportivo situado en el corazón de la **Costa Brava**, un lugar idílico para el desarrollo de actividades náuticas deportivas. Por este motivo, la empresa ha decidido darles más provecho a sus **instalaciones** y utilizarlas para realizar su primera **feria náutica**. Por este motivo quieren que lleve a cabo un proyecto de planteamiento y diseño integral, con la vista puesta en la ejecución junto con la colaboración de **Club Nàutic Port d'Aro** y **Club Nàutic Sant Feliu de Guíxols**, de una feria náutica. Por lo tanto, el resultado final de este trabajo es mi capacidad de poder diseñar una feria náutica, partiendo de la base de la experiencia negativa mencionada anteriormente.

1.2. HISTORIA DE LAS FERIAS, LOS SALONES NÁUTICOS Y LAS REGATAS

La aparición del «yachting» en Inglaterra, la celebración de la primera regata conocida, celebrada en ese mismo país en 1681, y la aparición en 1853 de los primeros yates propulsados mecánicamente, son tres de los hitos de la historia de la **náutica de recreo**. (Esteban Chapapría, 2000).

Siguiendo este mismo hilo, una de las **regatas** más importantes en el mundo náutico, así como la más antigua, datada en el 1851, inicia su 37ª edición, siendo Vilanova i la Geltrú (Barcelona), su punto inicial (Vilanova i la Geltrú, 2023). Se trata de la **America's Cup**, conocida originalmente como la Copa de las cien guineas, es el segundo evento deportivo con más impacto mediático del mundo (Perez Mifoud & Cano Hurtado, 2004). Es considerada la reina de la vela, ya que es la regata donde se desarrollan las últimas tecnologías en el diseño de los barcos debido al elevado presupuesto de los equipos. Siendo a su vez uno de los retos deportivos más difíciles de conseguir. (Barcelona 2024 Sede de la vela mundial, 2023).

Si inicial e históricamente la actividad náutica de recreo está ligada a **capas sociales altas**, hoy en día no puede aducirse con generalidad tal elitismo en dicha práctica (Esteban Chapapría, 2000).

Siguiendo el hilo de la historia, nos encontramos con el Cannes Yachting Festival. Es el salón náutico a flote número uno en Europa. Es el evento inaugural de la temporada náutica y la mayor exposición a flote de Europa. Es un festival presente desde hace 45 años (Cannes yachting festival, 2023).

Y si seguimos navegando, el mes de abril de 2023 se celebró la histórica feria náutica de embarcaciones de ocasión en **Empuriabrava**. Es una feria que va por su 33ª edición y atrae durante 9 días a más de 30 expositores y casi 300 embarcaciones nuevas y de segunda mano (Fira del vaixell d'ocasió d'Empuriabrava, 2023).

Por último pero no menos importante, tenemos a **Palma International Boat Show** que celebra este año una edición muy especial, 40 años en los que la feria se ha convertido en uno de los acontecimientos náuticos que marcan el calendario internacional e inauguran la temporada náutica mediterránea (Palma International Boat Show, 2024).

1.3. IMPORTANCIA ECONÓMICA

Iniciamos el debate hablando generalmente del sector de la **náutica de recreo** del territorio español el cual está **infra desarrollado**. Por este motivo, se debe señalar su importante potencial económico, como en ciudades como **Santa Pola** donde la producción o facturación de las empresas y establecimientos del sector sube a 64.591 miles € (Giner Pérez, 2020).

Estas cifras engloban todas las actividades del sector náutico, siendo los **salones y ferias náuticas** vitales para la economía, ya que fomentan el **comercio** y generan ingresos significativos para las empresas expositoras y las ciudades anfitrionas.

Así se demostró con la celebración de la **XI edición de la Feria Náutica de la Región de Murcia Marina de las Salinas**. Donde cerca de 50 marcas participarán en la exposición enfocada al entorno náutico y algunas empresas afines a este mundo (Hoy empieza el XI Marina de las Salinas-Boat Show 2023, 2023).

En definitiva, el turismo náutico permite obtener importantes **beneficios** en la economía de las zonas receptoras por corresponderse con un turismo de alto poder adquisitivo; de esta forma, se utilizaría el deporte y la actividad náutica como elemento de desarrollo y dinamizador socioeconómico y generador de infraestructuras (Besteiro Rordríguez, 2004).

1.4. DESARROLLO DEL TURISMO

Las ferias y salones náuticos también desempeñan un papel crucial en el desarrollo del turismo náutico. Atraen a **aficionados, turistas y profesionales** de todo el mundo como nos describe el Cannes Yachting Festival. Evento donde los últimos equipos náuticos, innovaciones y avances mundiales se dan a conocer para cerca de **55.000 visitantes** que acuden en septiembre a la Riviera Francesa (Cannes yachting festival, 2023).

Para poner un ejemplo concreto, la feria de **Marina de las Salinas Boat Show** atrajo este 2023 una media de **15.000 visitantes** entre profesionales, aficionados y curiosos que disfrutaron cada año en Semana Santa de una amplia oferta de productos y servicios del más alto nivel en los más de 20.000 metros cuadrados de exposición (Jaime, 2023).

Por otro lado, el turismo náutico es una oportunidad para diferentes **destinos estancados** como por ejemplo la **Costa Blanca**, ya que es un producto altamente **dinamizador** del espacio turístico litoral y ayuda a mejorar destinos ya consolidados (Gómez Javaloyes, 2012).

1.5. INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Las ferias náuticas proporcionan una **plataforma** para mostrar **nuevas tecnologías** y productos innovadores. Un buen ejemplo es la celebración de la segunda edición del **Electric Boat Show**, una feria náutica celebrada el mes de mayo en Milán. Dedicada a la navegación eléctrica y a la movilidad marítima sostenible (Fira del vaixell elèctric a Itàlia, 2023).

Centrándonos más en el territorio español, nos encontramos con la celebración de la primera **feria náutica sostenible** en España llevada a cabo en Valencia. Es el primer y único evento centrado a dar voz y visibilidad a la náutica sostenible en España. Este encuentro pionero tiene como objetivo destacar y promover las soluciones tecnológicas y sostenibles en el sector náutico y marítimo nacional (Valencia Electric Boat Show, 2024)

Por otro lado, nos encontramos con la XI edición de la **Feria Marina de las Salinas Boat Show**, la cual muestra que este evento náutico es el lugar ideal para conocer las

últimas novedades en barcos a motor y veleros, donde encontrar todo tipo de embarcaciones. Los visitantes podrán comparar diferentes modelos, hablar con los distribuidores, e incluso probar algunos modelos (Jaime, 2023).

1.6. IMPACTO AMBIENTAL Y SOSTENIBILIDAD

Del 11 al 15 de octubre de 2024, los muelles de **Marina Port Vell**, de la Fusta y de España de la capital catalana volverán a ser epicentro de la náutica en España con la celebración de la **Copa América**. Una celebración que se quiere aprovechar para poner el eje de atención sobre la **sostenibilidad**, la **innovación** y la **electrificación** con la finalidad de impulsar la transición de la náutica hacia la **economía azul** (El salón náutico vivirá el espíritu de la copa América, 2023).

Esta no es la única feria importante que está apostando por el cambio verde. Desde el **Cannes Yachting Festival**, la **transición ecológica** es fundamental, por lo que se ha creado una “**Ruta Verde**” para mostrar las soluciones respetuosas con el medio ambiente desarrolladas y exhibidas en la feria por los expositores para reducir el **impacto ambiental** de la industria náutica en el mar y los ecosistemas marinos y así concienciar entre los visitantes (Cannes yachting festival, 2023).

A parte de estar presente en estos dos gigantes en el mundo náutico, la **economía azul** fue también el principal tema de discusión en el congreso **Tomorrow Blue Economy**, que reunió del 7 al 9 de noviembre de 2023, en Barcelona, a expertos de todo el mundo. Tuvo como objetivo poner en relieve la importancia del uso responsable de los **recursos oceánicos** para el crecimiento económico (La economía azul en el Tomorrow.Blue Economy, 2023).

La economía azul no solamente supone una ayuda imprescindible para el medio ambiente sino también para futuros **emprendedores**, ya que, según los datos de Barcelona Activa, la economía azul generó en Barcelona en 2019 un volumen de negocio de **3.938 millones de euros**. Por este motivo, entidades como el Port de Barcelona y el Port Olímpic están desarrollando proyectos para atraer startups que tengan la economía azul como eje de su actividad (La economía azul en el Tomorrow.Blue Economy, 2023).

1.7. CULTURA Y TRADICIÓN MARÍTIMA

Los salones náuticos también contribuyen a preservar y promover la **cultura** y la **tradición marítima**, así como comenta el señor García Domingo, Enric (2023), director general del museo marítimo de Barcelona, sobre la Copa América que se llevará a cabo a Barcelona entre agosto y octubre de 2024: “És una ocasió per portar la nostra visió marítima a una societat que ignora la mar i els seus valors.”

El valor añadido por las ferias se genera primero por la transformación de **recursos** en **servicios** que lleva a cabo el organizador. Una vez que la oferta de ese valor añadido es aceptada por la demanda potencial decidiendo la asistencia a la feria, el propio desarrollo de cada certamen permite crear valor a través de la implicación de los

asistentes profesionales al evento, que actúan no sólo como clientes sino también como factores productivos en un proceso de transformación (Berné Manero & García Uceda, 2007).

2. METODOLOGÍA

Para poder planificar una feria náutica, se debe llevar a cabo un análisis del **espacio** disponible. Por esta razón, el objeto de estudio es la posibilidad de **plantear, diseñar** una feria náutica en las **instalaciones del Puerto Marina Palamós**. En este sentido, las técnicas de estudio serán completamente cualitativas.

Tiene una finalidad **aplicada**, ya que busca mejorar una experiencia previa en la sociedad, una experiencia no muy agradable en una feria náutica. Según su alcance **temporal**, se trata de un **trabajo longitudinal prospectivo**, ya que se basa en el presente. Según la **profundidad** de la investigación, se trata de un **trabajo exploratorio** que no requiere hipótesis. Basado en **fuentes primarias** como las entrevistas.

La **población** de análisis es la **instalación** del puerto Marina Palamós, las **actividades** llevadas a cabo por los dos puertos requeridos como colaboradores y **náuticas** que ya son clientes del puerto con embarcaciones en stock. El motivo de la elección de estos escenarios es en primer lugar, por ser la ubicación donde se llevará a cabo la feria, en segundo lugar, porque serán los representantes de los stands expuestos en la feria; y, en tercer lugar, porque son necesarias las embarcaciones que puedan proporcionar las náuticas. El hecho de haber escogido náuticas que ya hayan tenido un contacto previo con el puerto facilitará el trabajo a la hora de contactar con ellas.

La **muestra** sobre la cual se trabaja consta de una muestra **no probabilística de conveniencia**, ya que el criterio de la selección de la población de investigación se basa en el hecho de haber mantenido ya un contacto previo y por lo tanto de fácil acceso para el futuro (y descarta todos los otros).

Al tratarse de un proyecto de **carácter aplicativo**, la feria se dividirá en **5 puntos** principales (que se podrían considerar las unidades muestrales del proyecto) a partir de los cuales se elaborarán los resultados. Estos son: la **publicidad**; el **desarrollo** de feria en su conjunto; el **patrocinio**; el **plan de actuación**; y, por último, el **presupuesto**.

Estos campos de actuación implican la llevada a cabo de diferentes **pequeños proyectos** que contribuirán al buen desarrollo de cada uno de los apartados por separado. En este sentido, dentro del apartado **Publicidad**, se definieron varios elementos a llevar a cabo: **entradas, invitaciones, carteles, cuña radiofónica, posts** y **videos promocionales**.

En el apartado **Desarrollo**, se han definido los siguientes elementos a elaborar: **actividades, exposiciones de stands y embarcaciones, sistema de audiovisuales, personal responsable, cronograma, señalización y aseguradora**.

A continuación, se ha planteado la realización de un **plan de actuación** y un documento de **patrocinio**. Y el último paso constará de la elaboración del **presupuesto**.

El siguiente paso del trabajo ha conestado realmente de la **elaboración** de todo lo mencionado anteriormente, consiguiendo de esta manera los **resultados** del proyecto. Pasos que finalmente, llevarán a las **conclusiones**.

3. RESULTADOS

El planteamiento inicial era la capacidad de poder diseñar y planificar una feria náutica en el Puerto Marina Palamós a partir de varios puntos vitales que deberían formar parte de este evento.

Para poder llevar a cabo esta feria náutica se han elaborado y pensando todos los elementos necesarios para su buen desarrollo.

3.1. PUBLICIDAD

Se han diseñado las **entradas** (consultar anexo 1), disponibles para su adquisición a través de la página web del puerto, en una sección temporal del menú desplegable titulada "Entradas". Esta nueva sección será creada por la empresa Croma, encargada del diseño web. Sin embargo, se les enviará un **render** (consultar anexo 2) que muestra el diseño propuesto para esta sección.

Las entradas se clasifican en **dos tipos**: generales y VIP. La distinción principal radica en la posibilidad de acceder a actividades exclusivas reservadas para los portadores de entradas VIP. Todas las entradas serán enviadas por **correo electrónico** una vez lo hayan introducido junto con el método de pago correspondiente. Esta ventana de adquisición estará activa únicamente desde el final de la temporada de verano hasta la conclusión del evento.

El enfoque para la elaboración de las **invitaciones** (consultar anexo 3) se ha centrado en dirigirse directamente a figuras de interés público fundamentales como asistentes al evento. Entre ellos se encuentran: Luis Conde (fundador del puerto), German Castejón (copropietario del puerto), Lluís Puig Martorell (alcalde de Palamós), Carles Motas López (alcalde de Sant Feliu de Guíxols), Maurici Jiménez Ruiz (alcalde de Platja d'Aro). La entrega de las invitación se hará de manera presencial.

A continuación, se elaboraron dos **carteles** publicitarios (consultar anexo 4), uno enfocado a ser la imagen del evento y utilizarse tanto para la promoción online como la offline y el otro más enfocado a la difusión online, principalmente para redes. Se ha acompañado de la creación de un **banner** (consultar anexo 5), diseñado para adaptarse a una variedad más amplia de espacios publicitarios.

Con el propósito de ampliar el alcance del evento, se redactó el guion de una **cuña radiofónica** (consultar anexo 6), que se emitirá por **Radio Palamós** - Abel espinosa (publicidad@radiopalamos.cat).

Para aumentar la visibilidad del evento, se establecerá contacto con medios de prensa como el **Diari de Girona** - Nil Colomer (nil.colomer@ddg.cat)¹; y la asociación de puertos deportivos conocida con el nombre de ACPET.

A todo esto, las redes sociales principales del puerto: **Instagram**, **LinkedIn** y el **Blog**, harán eco del evento. En el caso de Instagram (consultar anexo 4): **publicación** en el *feed*, con el cartel principal de la feria y para las *stories* se harán dos publicaciones diferentes, la primera con una cuenta atrás para la feria y la segunda en la cual se mostrará las formas para poder llegar al lugar del evento y la posibilidad de aparcar dentro de las instalaciones del puerto. Éstas se guardarán como **destacadas** en el perfil de Instagram del puerto.

En relación con **LinkedIn**, se ha redactado el **texto** (consultar anexo 7) para una publicación que se programará dos semanas antes del evento. Asimismo, se ha creado una **entrada** para el **blog** de la empresa (consultar anexo 8), en la cual se ha elaborado una noticia traducida a los tres idiomas de la página web: español, catalán e inglés.

Para completar el ciclo promocional, se ha producido un **vídeo promocional** (consultar anexo 9) para dar voz a la feria, con la participación del Contraamaestre del Marina Palamós para el cierre del vídeo. Además, durante el día del evento, se invitará a los asistentes a ver un **vídeo explicativo** (consultar anexo 9) en la pantalla televisiva ubicada en la oficina, que señalará todas las áreas del puerto donde se llevarán a cabo las actividades.

3.2. DESARROLLO

En primer lugar, se han pensado y elaborado las **actividades** que se llevarán a cabo durante los dos días de la feria. Están descritas en un documento (consultar anexo 10) que se repartirá a todos los **responsables** para tener claro lo que se llevará a cabo en cada momento. Dichas actividades tienen un carácter **educativo** y **lúdico**. Además, se han diseñado actividades especiales para los visitantes que opten por adquirir una entrada VIP, así como para los más pequeños.

Cada actividad cuenta con un **responsable** designado, es decir, una persona encargada de llevar a cabo la actividad y garantizar su correcto desarrollo. Este personal forma parte de la plantilla fija del puerto, así como una contratación externa, siendo estos, personas autónomas conocidas por la dirección del puerto. Asimismo, se ha asignado una **zona** específica dentro del puerto para la realización de cada actividad.

Además, durante los dos días de la feria, los visitantes tendrán la oportunidad de conocer a los **comercios** de los tres puertos participantes, ya que estarán presentes en las instalaciones del puerto como **expositores de stands**. Para obtener más información sobre los comercios participantes y los stands que ocuparán, consulte el anexo 11.

El motor principal de una feria náutica es la **exposición de embarcaciones**, la cual fue planificada a partir de la búsqueda de náuticas en los alrededores de Palamós, lugar

¹ Información de contacto conseguida mediante la dirección del puerto Marina Palamós.

donde se llevará a cabo el evento. Durante esta búsqueda, se identificaron varias náuticas potenciales que tenían embarcaciones en stock, las cuales fueron expresamente señaladas en sus páginas web. De entre estas opciones, se seleccionaron algunas embarcaciones de referencia que podrían ser exhibidas en la feria.

Las embarcaciones que sean traídas por **tierra** harán uso de la **carretilla elevadora** del puerto para ser bajada al agua y será llevada al amarre por el mismo mecánico de la náutica que lo ha traído.

El **criterio de selección** se basó en la **proximidad al puerto**, la relación previa como clientes del puerto y, en un caso, la intención de atraer público de una zona más alejada del puerto, seleccionando una náutica que no era cliente y que se encontraba ubicada a una distancia mayor. En total, se escogieron **60 embarcaciones de muestra**, para un total de **95 amarres disponibles** durante los días de la feria.

Toda esta información se encuentra recopilada en el **catálogo del evento** (consultar anexo 12), el cual será entregado como obsequio a los asistentes. Este catálogo proporcionará a los asistentes toda la información necesaria para seguir el evento, incluyendo el **listado de embarcaciones** y su **localización, náuticas expositoras, las actividades** programadas para los dos días, así como un **mapa** para ubicarse en todo momento dentro del recinto de la feria.

Para garantizar el óptimo desarrollo de ciertas actividades, es indispensable contar con **sistemas audiovisuales**, tales como micrófonos y altavoces. Con este fin, se establecerá contacto con **Ad Libitum**, una empresa localizada en Palamós especializada en este tipo de servicios.

Para los organizadores del evento, se ha preparado un **cronograma** detallado (consultar anexo 13) que complementa el documento de actividades. Este cronograma tiene como objetivo **asignar roles** a todos los miembros del equipo organizativo del evento, especificando las responsabilidades de cada persona antes, durante (actuando como la agenda del evento) y después del evento, para mantener un seguimiento riguroso de todas las tareas establecidas.

En cuanto a la **señalización**, se aprovecharán la mayoría de las señales ya existentes en el puerto, como las relacionadas con los baños y las diferentes zonas. Sin embargo, se han creado **carteles específicos** (consultar anexo 14) que indicarán las áreas de actividades, como el **buceo**, las actividades para **niños**, las **ponencias, demostraciones, embarcaciones de muestra** y la zona **VIP**. Todos estos carteles siguen el mismo diseño que el resto de la señalización del puerto, manteniendo los colores y la tipografía corporativos. Tienen un tamaño de 60x60 cm en disposición vertical con formato piramidal para poder apoyarlos en el suelo. Para su impresión, se contactará con la empresa **Rètols Futura** de Palamós, con la que el puerto Marina Palamós tiene una estrecha relación.

En lo que respecta al **catering**, los mismos restaurantes disponibles en el puerto abrirán sus puertas a los clientes. Estos restaurantes incluyen: Ca l'Amadeu, Nou Canal 9, Marina Café y Mano a Mano.

El evento estará completamente cubierto por la **aseguradora personal del puerto** de la compañía MAPFRE. La cual tienen contratada para cubrir el máximo riesgo posible y dispone de una cláusula especial para eventos.

Para mantener la **seguridad sanitaria** durante todo el evento se contactará con el ayuntamiento para poder contar con dos puntos de primeros auxilios a parte del que pueda ofrecer el propio personal del puerto. Y desde el punto de vista de la **seguridad física**, se designarán a 3 marineros del puerto que tendrán la función de vigilar el bienestar de los asistentes y avisar a las autoridades convenientes en caso de emergencia.

Para obtener más detalles sobre las **comunicaciones** mantenidas con las diferentes empresas, consulte el anexo 18.

3.3. PLAN DE ACTUACIÓN

Se ha preparado un documento detallado (consultar anexo 15) que aborda los **procedimientos de limpieza** previos y posteriores al evento, los **protocolos para situaciones imprevistas**, así como una **hoja de reclamaciones** y las **medidas de primeros auxilios**.

Este documento será distribuido a todos los trabajadores y responsables del evento para su conocimiento y referencia.

3.4. PATROCINIO

Además, se ha elaborado un documento de **patrocinio** (consultar anexo 16) con el fin de presentar el evento a posibles interesados y obtener su respaldo. Estos potenciales patrocinadores deberían estar vinculados con marcas de embarcaciones, fabricantes de motores, y proveedores de materiales para embarcaciones, entre otros.

3.5. PRESUPUESTO

Por último, y de suma importancia, se ha preparado un **presupuesto** detallado (consultar anexo 17) que ha tenido en consideración diversos aspectos, tales como los costes de **contratación de personal** necesario, **personal externo** y **actividades**, así como el **material** requerido tanto para la exposición como para los obsequios. También se incluye la **contratación** de Croma para la creación del nuevo apartado de la página web que permitirá la compra de entradas, y se consideran los beneficios directos obtenidos de los expositores de stands. A su vez, se expone la **aportación** de los clubes y el beneficio que recibirán.

Para hacer el presupuesto se ha hecho una **estimación** aproximada de **ocupación**, siendo estas 500 personas, de las cuales se ha considerado que un promedio de 150 personas serán visitantes que dispongan de una entrada VIP y el resto, 350 personas, con entradas normales. La ocupación se basa en el **espacio** disponible en el puerto y

en la ocupación de eventos anteriores recibida, siendo ésta alrededor de 200 personas para la celebración de las “Nits Blanques²”.

Esto resulta en un total de pagos de 5.907,86 €, un total de cobros de 16.500,00 € consiguiendo de esta forma un beneficio de 10.592,14 €.

4. CONCLUSIONES

Tras una exhaustiva investigación sobre la viabilidad y potencial de organizar una feria náutica en enero de 2025 en Marina Palamós, se ha llegado a varias conclusiones significativas que respaldan la posibilidad y el valor de esta iniciativa.

A lo largo de este documento, se ha explorado detalladamente el contexto actual del **sector náutico**, observado las **instalaciones del puerto** disponibles para el evento y evaluado diversos aspectos **logísticos** y **estratégicos** relacionados con la planificación y diseño de un evento de esta envergadura. A continuación, se presentan las conclusiones clave derivadas de esta planificación.

En el ámbito de la **publicidad**, se ha demostrado la capacidad de crear todo el material necesario para promocionar el evento y así garantizar su éxito y respaldo. Es importante destacar que la búsqueda de colaboración con los medios de comunicación se realizará tanto durante la temporada alta de verano de 2024 como en la temporada baja.

En cuanto al **desarrollo** del evento, se han establecido todos los elementos necesarios para la realización del evento, manteniendo **contacto** estrecho con empresas colaboradoras como el Club Náutico Sant Feliu de Guíxols, el Club Náutico Port d’Aro y el propio Puerto Marina Palamós. También se ha coordinado con trabajadores externos para actividades específicas, con los cuales se ha llevado a cabo un contrato verbal para saber su interés y conseguir su colaboración. Como en el caso anterior, se formalizará su participación durante la temporada de verano y una vez finalizada ésta. Se ha mantenido una **comunicación** constante con el Puerto Marina Palamós, que ha proporcionado las áreas disponibles y otras especificaciones relevantes, documentando todo mediante llamadas telefónicas seguidas de correos electrónicos.

Se ha elaborado un **plan de actuación** considerando las diversas **variables** no controlables, como las condiciones climáticas.

Para el **patrocinio**, se ha preparado un documento visual que presenta un estudio de mercado, un resumen de ferias náuticas en Cataluña, el perfil del consumidor y la proyección de rentabilidad del proyecto, con el fin de atraer patrocinadores de manera formal. La comunicación con dichas entidades se llevará a cabo después de la temporada de verano.

² Evento benéfico en el cual el *dress code* es el blanco, se entretiene a los asistentes con actuaciones de piano y se basa en la recaudación de fondos para la fundación Kalida, la cual lucha contra el cáncer.

El **presupuesto** final detalla todos los aspectos mencionados anteriormente, permitiendo evaluar la rentabilidad financiera del evento. Además, este proyecto tiene potenciales aplicaciones a futuro, tanto a corto como a largo plazo, ya que podría servir como base para la organización de otros eventos dentro de las mismas instalaciones, aprovechando al máximo cada espacio y recursos disponibles mencionados en este trabajo.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Barcelona 2024 Sede de la vela mundial. (2023). *Skipper*(489), 18-20.
- Berné Manero, C., & García Uceda, E. (2007). LAS FERIAS DE PROFESIONALES: CREACIÓN DE VALOR DESDE LA RED DE NEGOCIO Y LA COMUNIDAD. *Mediterráneo Económico* 11, Vol 11. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.researchgate.net/profile/Espananza-Garcia-Uceda/publication/28294072_Las_ferias_de_profesionales_creacion_de_valor_desde_la_red_de_negocio_y_la_comunidad/links/543950560cf24a6ddb95d6fa/Las-fe
- Besteiro Rodríguez, B. (2004). El desarrollo del turismo náutico en Galicia. *Cuadernos de Turismo*, 145-163. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801308>
- Cannes yachting festival. (2023). *Skipper*(490), 30-32.
- El salón náutico vivirá el espíritu de la copa América. (2023). *Skipper*(490), 44.
- Esteban Chapapría, V. (2000). El planteamiento de infraestructuras para el turismo náutico. *Cuadernos de turismo*, 29-44. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22681>
- Fira del vaixell d'ocasió d'Empuriabrava. (2023). *Argo*(11), 71.
- Fira del vaixell elèctric a Itàlia. (2023). *Argo*(11), 71.
- Garcia Domingo, E. (2023). Una oportunitat que cal aprofical. *ARGO*(11), 3.
- Giner Pérez, J. (2020). *El sector náutico en la ciudad de Santa Pola: diagnóstico y estrategia*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10045/102888>
- Gómez Javaloyes, E. (2012). *La gestión de instalaciones náuticas de recreo. Su relación con el turismo náutico en la Costa Blanca*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/274306882_La_gestion_de_instalaciones_nauticas_de_recreo_Su_relacion_con_el_turismo_nautico_en_la_Costa_Blanca
- Hoy empieza el XI Marina de las Salinas-Boat Show 2023*. (2023). Obtenido de Panorama náutico: <https://www.panoramanautico.com/hoy-se-inicia-el-xi-marina-de-las-salinas-boat-show-2023/>
- Jaime, E. (23 de febrero de 2023). *¿Te gusta el mundo náutico? Del 6 al 9 de abril no puedes perderte el Marina de las Salinas Boat Show*. Obtenido de Información: <https://www.informacion.es/ocio/planes/2023/02/23/marina-salinas-feria-nautica-2023-san-pedro-pinatar-83465700.html>
- La economía azul en el Tomorrow.Blue Economy. (2023). *Skipper*(490), 46.

Palma International Boat Show. (2024). Obtenido de
<https://palmainternationalboatshow.com/en/40th-anniversary/>

Perez Mifoud, E., & Cano Hurtado, J. (2004). Historia de la America's Cup. *DYNA*, 79, 14-18.

Valencia Electric Boat Show. (25 de enero de 2024). Obtenido de
<https://www.valenciaelectricboatshow.com/presentacion-del-valencia-electric-boat-show-en-fitur>

Vilanova i la Geltrú. (2023). *Skipper*(489), 17.