



Cada año centenares de embarcaciones buscan refugio en las zonas de fondeo de las costas de Mallorca e Ibiza. La flota de alquiler cada campaña tiene más presencia entre los destinos preferentes en aguas de Baleares.

Sailwiz y el gasto compartido

Sailwiz es una plataforma de consumo colaborativo cuyo objetivo pretende ayudar a los propietarios de embarcaciones a compartir experiencias náuticas y también el reparto de los costes por plazas. Así, turistas y aficionados náuticos sin embarcación pueden reservar una plaza en cada una de sus travesías entre particulares o incluso, como se ha puesto de moda desde hace poco tiempo, navegar en flotilla hacia un mismo destino.

“En estos momentos tenemos más de 9.000 plazas ofertadas por toda España para navegar, el objetivo esta temporada se centra en la venta de más de 1.000 plazas. De cara a 2019 queremos llegar a otros mercados por el Norte de Europa”, destaca el CEO de Sailwiz, Álvaro García de Polavieja. El pasado año la firma española, que acaba de cumplir un año de vida, recibió el primer premio del foro de inversión Salón Náutico-ANEN-Keiretsu Forum.

Rutas por el Guadalquivir

Desde hace más de 20 años, la firma Alquiavent realiza excursiones en moto de agua bordeando el Parque Natural de Doñana hasta la desembocadura del Guadalquivir. Una salida al mar diferente, que permite conocer esta parte de la naturaleza en las costas andaluzas. “Visitamos el barco del Arroz, la excursión tiene una duración de dos horas y se realiza todos los días en grupo máximo de cuatro motos”, destacan desde la firma onubense. Cada moto de agua la pueden ocupar dos personas y el precio de alquiler son 195 euros.



Las experiencias náuticas ofertadas por Sailway transcurren por el litoral gallego.

¿Y comprar un barco?

Según los datos de la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (ANEN), hasta el pasado mes de abril se matricularon un total de 1.456 embarcaciones nuevas en España. De todas ellas, el 89,3% tienen una eslora igual o inferior a los ocho metros, es decir, el mercado nacional es preferentemente de embarcaciones de eslora reducida.

Entre los modelos más vendidos destacan dos unidades de referencia como son la Quicksilver 605 Open y la Bayliner VR5 con una excelente relación calidad-precio. “Con estos barcos se puede salir a navegar con la licencia de navegación y por ello resultan muy populares en mercados como Baleares y Cataluña. Se venden mucho tanto a particulares como a empresas de alquiler”, destaca desde la empresa Touron, Fernando Giquel.

Los precios de estas embarcaciones parten desde los 28.000 euros con el motor básico Mercury F115 caballos. Si mejoras las prestaciones de motorizaciones y los extras la embarcación sale a la venta por poco más de 40.000 euros.

Por otra parte, si busca una embarcación con un diseño más *chic* y también con alto confort de navegación resulta interesante la oferta de la firma Nuva Yachts. “Siempre hemos luchado para que un barco no se considere un producto de lujo, que resulte accesible y en nuestro caso también pueda competir con un barco usado a la venta”, destaca el CEO de Nuva Yachts, Andrés Cárdenas.

El Nuva M6, está a la venta desde 35.000 euros. Además, ahora dispone de la versión M6 Open que alcanza los 42 nudos de velocidad. Ambos modelos llevan la firma del estudio Barcelona Yacht Design.

TENDENCIAS

Diseños únicos como segunda oportunidad

Emelia Viaña. Madrid

Dolores Remacha convirtió la crisis en una oportunidad. Esta tudelana trabajaba en el sector del turismo cuando comenzaron los recortes. Tras unos meses en paro, Remacha decidió convertir su *hobby* en una profesión. Así es como creó una web en la que vendía sus propios diseños de diferentes complementos, especialmente de tocados. “El problema es que el tocado es algo que hay que verse puesto. Un mismo diseño no sienta bien a todo el mundo y yo insistía mucho en la necesidad de que la gente viniera a Tudela a probárselo. Para no recibirlos en casa en 2011 abrí un pequeño *showroom*”, explica Remacha.

Ese primer espacio fue el germen de lo que hoy es Mare Complementos, una tienda de Tudela (Navarra) que vende collares, pulseras, pendientes y cinturones. “A mí me gustaba diseñar mis propios tocados, personalizarlos y adaptarlos a las necesidades de cada cliente. Cuando venían al *showroom* y se los probaban muchos me pedían consejo para comprar zapatos, pendientes o fulars que fueran a juego con el tocado. Por eso empecé a vender otro tipo de productos”.

Remacha viaja ahora a todas las ferias internacionales de joyería, complementos, bolsos o zapatos con el objetivo de descubrir a nuevos diseñadores y acercárselos al exigente público de Tudela y alrededores. “Internet ha facilitado mucho las cosas, pero a mí me gusta visitar a cada proveedor y ver qué pueden ofrecerme. Gracias a esos viajes, en Mare Complementos vendemos productos de muchas partes del mundo a nuestros clientes y así les ayudamos a que se sientan únicos el día de su boda o su comunión”.

Esta especialización en eventos de este tipo es lo que le ha llevado a ganarse cierta reputación en el sector. “En España no hay muchas marcas que hagan diseños tan personalizados como hacemos en



Dolores Remacha, fundadora de Mare Complementos.

Mare Complementos y a nadie le gusta encontrarse en una boda con una persona que lleva el mismo tocado”, señala Remacha que ha conseguido que su marca sea reconocida por sus mezclas atrevidas. La tienda, que tiene 180 metros cuadrados en el centro de Tudela, está decorada con un gusto exquisito y, sin duda, es el lugar ideal para comprarlo. Pero desde la web de Mare Complementos, Remacha consigue llegar a medio mundo. “Hay muchos españoles viviendo fuera de España que han ayudado a dar a conocer marcas españolas en todo el mundo. Es una buena noticia para todos, pero Internet también es un lugar en el que tienes que tener mucho cuidado con lo que haces y dices. No da segundas oportunidades”, considera esta joven emprendedora, que a pesar de todo reconoce que mucha parte de su éxito se debe a Internet. “Las redes sociales se han convertido en el escaparate perfecto para marcas recién llegadas al mercado. Nosotros somos sólo un ejemplo, pero hay muchos más. Nos dan la oportunidad de ser reconocidos por nuestro trabajo”, concluye Remacha.



Remacha vende complementos de marcas de muchas partes del mundo.