

Venta de pescado desde el barco

FLAG: AktivRegion Ostseeküste
Schleswig-Holstein, Mar Báltico, Alemania

Presentación del proyecto

Este proyecto ha logrado combinar con éxito la creciente demanda de pescado fresco local y el uso económico y muy difundido de las tecnologías de la información. El proyecto ha desarrollado un sistema de venta directa del pescado procedente de la "AktivRegion Ostseeküste" (Región Activa de la Costa del Mar Báltico) haciendo uso de un sitio web dinámico www.fischvomkutter.de, al que los pescadores envían, a través de sus teléfonos móviles y desde el mar, SMS con los detalles de sus capturas y el momento estimado del desembarco. De esta forma, los clientes pueden ver en todo momento de qué pescado pueden disponer y en qué momento, directamente desde el barco.



Contexto y principales desafíos



Heikendorf, Laboe, Stein, Wendtorf, Schönberg y Hohwacht son zonas de pesca situadas en torno a la Bahía de Kiel, en la costa báltica del estado federal de Schleswig-Holstein. Su FLAG es un subgrupo del GAL Leader "Región Activa de la Costa del Mar Báltico". De hecho, la aplicación del Eje 4 del FEP en este estado germano se lleva a cabo en estrecha colaboración con Leader.

La población total de la zona es de 63 493 habitantes, una población que ha aumentado levemente en los últimos años debido a la proximidad de la capital, Kiel. El turismo desempeña un importante papel en el desarrollo económico regional, y especialmente en las comunidades litorales de la zona.

Hace 100 años, la bahía de Kiel aún contaba con unos 3 000 pescadores. Hoy apenas quedan cuatro puertos pesqueros y 59 pequeñas empresas en la "Región Activa de la Costa del Mar Báltico". Además, debido al actual contexto económico y medioambiental, el futuro comercial de muchos de ellos es bastante dudoso.



La escasa cooperación e interconexión entre pescadores, y el dinamismo económico del sector turístico y gastronómico fueron los factores identificados por la estrategia de desarrollo integrada del FLAG, como principales puntos débiles.

Más concretamente, las iniciativas relacionadas con la venta directa de pescado fresco se vieron frenadas por la falta de información sobre el abastecimiento y la escasez de medios de refrigeración. A nivel de mercado, además, las capturas de bacalao y platija sólo suelen venderse a la baja (70 céntimos el kilo en algunos casos) y sus precios sufren una gran fluctuación a través de la venta al por mayor, con pocas vías de comercialización alternativas.

Objetivos del proyecto

Basándose en este análisis situacional, el FLAG se fijó como objetivo:

1. mejorar la colaboración entre pescadores, especialistas turísticos y sector gastronómico;
2. dirigir mayores esfuerzos hacia el turismo en la zona de pesca;
3. aumentar los ingresos y las ventas directas de pescado.

Para ello, se han establecido los siguientes objetivos de desarrollo:

- › Aumentar la capacidad de atracción de las localidades costeras para turistas y autóctonos.
- › Destacar el significado histórico y actual de la industria pesquera de la región.
- › Hacer de la compra de pescado una experiencia nueva gracias a la venta directa desde el barco y a la presentación y comercialización conjuntas.
- › Reforzar la cooperación entre especialistas turísticos, pescadores profesionales y restaurantes de pescado.
- › Lograr una mejor integración de los puertos con la industria turística.
- › Mejorar las ventas directas, los medios de refrigeración y la cadena del frío.

Asegurar la supervivencia: el principal objetivo del proyecto “Venta de pescado desde el barco” es dar el impulso económico necesario a la actividad pesquera tradicional de la región, aumentando las oportunidades de venta directa, haciendo de la compra de pescado una nueva experiencia, y proporcionando información sobre pescado y el historial pesquero de la región.

Acortar distancias como medio de mejorar la calidad y el respeto del medio ambiente: el proyecto debe igualmente aportar su contribución a la reducción de las emisiones de CO² en el transporte a la lonja de subastas. Así, los grupos destinatarios del proyecto son, entre otros, turistas y excursionistas de la capital, Kiel, así como la propia población local, de modo que todos puedan beneficiarse de alimentos locales, saludables, ecológicos y de calidad.

Descripción del proyecto

El componente clave del proyecto es el sitio web dinámico www.fischvomkutter.de, que actúa como plataforma de intercambio de información instantánea y a precio reducido, con el objetivo de adecuar la oferta y la demanda entre pescadores y consumidores.

El proyecto consiste en el envío de información de los pescadores desde el mar a través de SMS, es decir, el pescado capturado y el momento y lugar previstos para el desembarco (con datos GPS de dichos lugares para los sistemas de navegación, que pueden descargarse gratuitamente desde la dirección www.poisbase.com). El propio consumidor puede acceder igualmente a este servicio de información a través de smartphones, lo que permite ahorrar tiempo a los clientes, evitar viajes innecesarios y ofrecerles un producto fresco a un precio atractivo.

Además de la relativa a los productos pesqueros, el sitio proporciona igualmente información exhaustiva sobre la historia de la industria en la región, los métodos de captura, las especies capturadas, los pescadores implicados y el trabajo realizado en materia de protección del litoral. Esta información complementaria se publica igualmente en tabloneros situados en los lugares de desembarco y en un folleto informativo.

Los tabloneros de información son macizas señales de madera situadas en cada uno de los siete lugares de atraque, de Heikendorf a Hochwacht. El folleto, que describe el esquema de las ventas directas, es distribuido por todos los puntos de información turística, compañías pesqueras y otros colaboradores locales.

La idea y planes del proyecto fueron presentados a lo largo de 2009. El proyecto en sí se puso en marcha entre la primavera de 2010 y la de 2011. El sitio web empezó a funcionar oficialmente en enero de 2011, siendo presentado a los medios de comunicación en marzo del mismo año.

Principales actores participantes

La idea inicial de promover la venta directa de pescado en la región a través de puntos de información, folletos y el sitio web dinámico "Fisch vom Kutter" es obra de Uwe Sturm, en colaboración con el grupo de trabajo pesquero (un grupo de trabajo local del sector que ya existía antes de la creación del FLAG). Uwe dirige el puerto-museo de Probstei y es igualmente el portavoz del grupo de trabajo de la Región Activa de la Costa del Mar Báltico, ahora integrada en el FLAG.

Uwe Sturm ha logrado crear una red de colaboradores y organizaciones especialmente motivados y entusiastas para el proyecto. En él participan pescadores (como Jan y Erik Meyer, la familia Rönau, Björn Fischer y Tilo y Dirk Hohmann), organizaciones marítimas (como el puerto-museo de Probstei, en Wendtorf, la estación de biología marina de Laboe, la ruta de información marítima de Möltendorf y el acuario IFM-geomar) y autoridades locales (como el municipio de Wentorf).



Resultados del proyecto

Si bien aún no es posible realizar una evaluación completa del impacto a largo plazo del proyecto “Venta de pescado desde el barco”, ya se observa un aumento significativo de los precios (el filete de bacalao ha subido hasta los 9 €, por ejemplo) gracias a la venta directa y la comercialización autónoma, en comparación con la venta al por mayor. Podemos pensar, por tanto, que se ha logrado mejorar la estabilidad económica y la capacidad de supervivencia de las 11 compañías pesqueras participantes. Además, algunas de esas compañías han desarrollado actividades adicionales, ampliando su oferta de productos (con la oferta de pescado ahumado y preparado, por ejemplo), lo que les ha permitido aumentar su número de clientes entre un 30% y un 50%.

Por otra parte, la venta directa de pescado recién capturado no sólo abre una nueva vía de ventas para los pescadores locales, sino que hace de la compra de pescado toda una experiencia nueva, lo que ayuda a desarrollar el contacto directo entre clientes y productores.

Al mismo tiempo, también ha aumentado la colaboración entre pescadores, especialistas del sector turístico y el sector gastronómico, lo cual ha dado como resultado una mayor información al cliente y, como consecuencia, una mejor integración de la industria pesquera en la región.

El sitio web recibe actualmente cerca de 21 000 visitas al mes. Como media, alrededor de 700 usuarios acceden a él cada día, visitando unas 10 páginas. Alrededor de 2 500 visitantes al día lo utilizan con ocasión de eventos especiales, como reportajes de televisión. La repercusión en los medios de comunicación locales ha logrado centrar la atención del público en la industria pesquera de la zona, en oportunidades de ventas directas y en el propio sitio web (ver más abajo).

Los principales beneficiarios de tan positivos resultados son los propios pescadores, que empiezan a obtener ganancias desde el propio barco. Las ventas directas, además, también benefician al medio ambiente (al reducir las emisiones de CO²) y a los clientes (habitantes, sector gastronómico, turistas), quienes, gracias a este método de suministro, obtienen productos frescos locales a precios competitivos.

Superar los obstáculos: lecciones clave

Las principales dificultades tienen que ver con la asignación administrativa de los fondos del Eje 4 del FEP. Desde la perspectiva de los pescadores, llevó demasiado tiempo cumplir con los requisitos necesarios para la concesión de la financiación, como la aprobación del FLAG y de su estrategia de desarrollo. En segundo lugar, no todos los municipios implicados en el proyecto son reconocidos como partes de la zona de pesca, y por tanto, como zonas con derecho a financiación. Tales problemas fueron resueltos gracias a la flexibilidad y el eficaz apoyo de la administración. Además, la puesta en marcha de este proyecto fue coordinada de forma voluntaria, cosa que siempre supone ciertos desafíos.

Los factores que se enumeran a continuación se consideran clave para el éxito de la realización del proyecto:

- › Idea de un proyecto innovador y su implementación técnica a través del sitio web.
- › Compromiso y capacidad de persuasión de los actores principales, así como la colaboración y trabajo conjunto con otros actores.
- › Trabajo profesional de RP y comunicación, como complemento a la verdadera presentación de los pescadores.

Perspectivas de futuro

En febrero de 2011, todas las zonas de pesca de Schleswig-Holstein decidieron crear conjuntamente el sitio web “Netzwerk Ostseefischerei und Nordseefischerei” (Red pesquera del Mar Báltico y el Mar del Norte), una experiencia que se extenderá a otras áreas.

La creciente demanda de pescado capturado por medios respetuosos con el medio ambiente (evitando, por ejemplo, la captura accidental de mamíferos marinos y de aves) y a precios justos, ha llevado a la puesta en marcha de planes de utilización de métodos de captura alternativos y de certificación medioambiental en materia de pesca.

La intención es que el proyecto continúe en marcha a más largo plazo, con una financiación inicial de la UE. El sitio web www.fischvomkutter.de será gestionado por el grupo de interés "Venta de pescado desde el barco" de forma permanente, un grupo que cuenta con un buen número de voluntarios especialmente motivados que ayudan a que los gastos sigan siendo controlables.

Transferibilidad

El proyecto es transferible a otras zonas costeras que cumplan los requisitos necesarios en materia de venta directa de productos pesqueros. Esto lleva consigo el cumplimiento de la legislación local sobre venta directa (en la misma línea de la seguridad alimentaria y los requisitos de control), disponibilidad de lugares de atraque apropiados y presencia de clientes (turistas, compradores, etc.). En cualquier caso, la aplicación técnica del proyecto, a saber, el funcionamiento del sitio web y el sistema de envío de SMS, no presenta especiales dificultades.

Costes y financiación

Coste total del proyecto: 20 000 € (aproximadamente)

- › Coste total con derecho a financiación: 15 426 €
- › Contribución pública: 8 484 €
- › Porcentaje de financiación: 55% de los costes con derecho a financiación

Los municipios de Hohwacht, Schönberg, Wendtorf, Stein, Laboe y Heikendorf realizaron una contribución proporcional a la financiación conjunta en base a los costes locales.

La coordinación de la ejecución del proyecto, así como el material de los paneles de información, se realizaron de forma voluntaria por personas del puerto-museo de Probstei.

Información sobre el proyecto

Título: Venta de pescado desde el barco

Duración: un año (primavera de 2011 – primavera de 2012)

Fecha del estudio de caso: mayo de 2011

Promotor del proyecto

FLAG AktivRegion Ostseeküste

Uwe Sturm, director del FLAG

Sitio web del proyecto: www.fischvomkutter.de

c/o Museumshafen Probstei, Ellernbrook, 24235 Stein

Tfno.: +49 4343 4211630, Móvil: +49 160 967 16899

post@museumshafen-probstei.de

Datos del FLAG

www.aktivregion-ostseekueste.de

Editor: Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca, Director General.

Cláusula de exención de responsabilidad: La Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la elaboración total de este documento, pero no se responsabiliza de su contenido ni garantiza la precisión de los datos