

Mercado de pescado de Estocolmo – Los pescadores locales, a la conquista de la ciudad

FLAG: Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård
Estocolmo, Suecia

Presentación del proyecto

Los pescadores locales de la región de Estocolmo se han sentido aislados durante mucho tiempo, dependientes de una enorme cadena de comercialización y sin oportunidades de vender su pescado a nivel local. Pero, con el apoyo del FLAG, los pescadores han conseguido crear un mercado de pescado en Estocolmo: una serie de eventos urbanos periódicos en los que los pescadores locales pueden vender a clientes de la ciudad su pescado fresco, con trazabilidad y de procedencia local. El éxito de estos eventos ha llevado al desarrollo de una marca colectiva y un mercado permanente de pescado.



En la región de Estocolmo viven unos 100 pescadores activos, que trabajan en un radio de acción de 250 km y descargan unas 800 toneladas de pescado al año. Hasta hace poco, todas las capturas se debían vender a una distancia de 450 km, a través de la lonja central de Gotemburgo, desde donde regresaban a Estocolmo, mezcladas con otras 31 000 toneladas de pescado y marisco anuales, para su consumo final. Ello obligaba a vender el pescado a precios bajos, situación que los pescadores debían aceptar, ya que carecían de la capacidad de gestionar a título individual las diferentes necesidades en cuanto a costes y logística que supone la venta directa a un mercado local.

Puesto en marcha en noviembre de 2011, el proyecto del mercado de pescado de Estocolmo vino a dar un giro radical a la situación, proporcionando a estos pescadores un programa y una marca en torno a los que organizarse, así como un marco en el que vender directamente sus capturas. Con el apoyo del FLAG y la Administración de Pesca Regional, los pescadores desarrollaron un programa colectivo para organizar la logística necesaria para cargar y transportar sus capturas, contactar con sus clientes e introducirse en el mercado de pescado local. Se registró la marca «Stockholm Fiskmarknad» —propiedad de los pescadores—, que otorgó a sus productos una identidad visual reconocible por los consumidores y utilizada por los distribuidores. El proyecto piloto creó, en estrecha colaboración con la administración regional de Estocolmo, las condiciones necesarias para identificar y reservar una ubicación permanente donde instalar un nuevo mercado de pescado local en el corazón de la capital.

Lecciones clave

- › **Relevancia con los temas FARNET:** añadir valor a los productos pesqueros locales.
- › **Resultados:** en 2014 el proyecto piloto había conseguido que un total de 50 pescadores del archipiélago participaran en el programa y organizaran entre dos y tres eventos de ventas al año, de una duración de hasta cinco días, en los que se vendió un volumen de unos 300 kg de pescado a 500 clientes. Como consecuencia de ello, cuatro restaurantes situados en el barrio más concurrido de Estocolmo empezaron a comprar directamente a los pescadores, y se tomó la decisión de abrir un mercado permanente de pescado en el centro de Estocolmo, para que los pescadores tuvieran la oportunidad de vender sus productos directamente a los clientes, en lugar de a través de una larga y anónima cadena de distribución.
- › **Transferibilidad:** un proyecto así resulta relevante para zonas de alta densidad en las que existan pequeñas bolsas de pescadores locales que se vean incapaces de acceder directamente a su mercado local. De este proyecto podrían aprender cómo se han aunado esfuerzos y se ha recabado el asesoramiento de expertos de diferentes ámbitos: pescadores locales para elaborar el proyecto, una escuela de negocios para diseñar un plan de comercialización, y una escuela de arquitectura para proponer un futuro mercado permanente de pescado. Gracias a este enfoque, pudieron abordarse diferentes retos en el ámbito social (renovada cohesión entre los pescadores locales), de comercialización (desarrollo de una marca específica) y comunicación (diseño elegante y comunicación eficaz a través de la prensa y las redes sociales).
- › **Comentario final:** se han identificado dos zonas candidatas para acoger en el futuro un mercado de pescado permanente y, mientras tanto, los pescadores continúan demostrando que existe una demanda sostenible de pescado fresco y capturado localmente. El Eje 4 pone de manifiesto con este ejemplo que apoyar un esfuerzo colectivo de los pescadores puede contribuir a desbloquear una situación de baja rentabilidad.

Coste total y contribución del FEP

Coste total del proyecto: 240 000 €

- › Subvención del FLAG: 60 000 € (50 % Eje 4; 50 % cofinanciación nacional/regional)
- › Subvención del Eje 1 (ayudas a la pesca costera artesanal): 46 000 € (50 % UE; 50 % cofinanciación nacional/regional)
- › Otras ayudas nacionales: 135 000 €

Información sobre el proyecto

Título: Mercado de pescado de Estocolmo

Duración: 2011-2012 (2 años)

Fecha del estudio de caso: febrero de 2014

Promotor del proyecto

FLAG Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård

Gestor del FLAG: Sverker Lovén

Coordinador del FLAG: Thomas Hjelm | +46 708 736 530

fiskeframjandet@gmail.com

<http://www.fiskeframjandet.se>

<https://www.facebook.com/stockholmsfiskmarknad>

[Ficha informativa del FLAG Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård](#)



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