

Rumbo al 2020: el Eje 4 en la práctica



BRUSELAS 02/03 DE MARZO DE 2015

Rumbo al 2020: el Eje 4 en la práctica

Fotografías:

Las fotografías que acompañan a las descripciones de los proyectos son cortesía de los FLAG o de los promotores del proyecto, con la excepción de:

Fotografía (página) – iStock (5), Teresa Martínez Pallarés (11), Martin Alvarez Espinar (12), Pierre Peetah (13, 59), Vincent Van den Storme (14), Harrieta171 (18), Nicolas Kennis (19), Daddybinro (22), Yves Tennevin (24), David Perez (29), Valantis Antoniadis (30), SIBA B. Ruiz (36), Costel Slinclu (40), Michele Truex (44), Aleksander Kaasik (48), Kyle Taylor (57), Ruta Cultural (62)

Autores:

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, Yves Champetier

Contribución a la descripción de los proyectos:

Serge Gomes da Silva, Susan Grieve, Sabine Kariger, Enrique Nieto, Lorena van de Kolk, Margot Van Soetendael

Producción:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Contacto:

FARNET Support Unit

Rue de la Loi 38, boîte 2 | B-1040 Bruxelles

+32 2 613 26 50 | info@farnet.eu | www.farnet.eu

Editor:

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

Cláusula de exención de responsabilidad:

Aunque la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la producción total de la publicación, no lo es de la exactitud, contenido u opiniones expresados en los artículos. La Comisión Europea, a menos que se indique lo contrario, no ha aceptado o aprobado de ninguna manera las opiniones que se incluyan en esta publicación y las declaraciones que en ella aparecen no deben considerarse como manifestación de las opiniones de la Comisión o de la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca. La Comisión Europea no garantiza la exactitud de la información incluida en esta publicación y la Comisión o cualquier otra persona que actúe en su nombre declina toda responsabilidad del uso que se pueda hacer de esta revista.

© Unión Europea, 2015.

Impreso en Bélgica en papel reciclado.

Índice:

Capítulo 1: Rumbo al 2020	4
Capítulo 2: Ejemplos de proyectos mostrados en la exposición	6
> Acortar las cadenas de suministro	8
> Añadir valor a los productos locales	14
> Proteger el medio ambiente	21
> Mejorar la imagen de la pesca	28
> Vincular la pesca con el turismo	35
> Crear nuevas actividades derivadas de la pesca	42
> Promover el atractivo de las zonas pesqueras	47
> Invertir en las personas	52
Capítulo 3: 42 proyectos para el apoyo de comunidades locales sostenibles	58
Capítulo 4: Una nueva etapa con nuevos retos	63

CAPÍTULO 1

Rumbo al 2020

En el año 2007 la Comisión Europea adoptó un nuevo planteamiento con el objeto de dar respuesta a algunos de los retos a los que se enfrentan las comunidades dependientes de la pesca. Así, entre 2007 y 2013, en 21 Estados miembros de la Unión Europea se constituyeron 312 asociaciones locales formadas por múltiples agentes, denominadas Grupos de Acción Local de Pesca (FLAG, según sus siglas en inglés). Por vez primera, estos grupos pudieron hacer uso del Fondo Europeo de Pesca (FEP) con el fin de promover el **desarrollo local**. El desafío al que se enfrentaban esos grupos era generar nuevas oportunidades de empleo y crecimiento mediante la puesta en marcha de actividades alternativas o complementarias. A este nuevo planteamiento se le conoce con el nombre del Eje 4 del FEP, de modo que durante el período 2014-2020 este nuevo mecanismo se ha ampliado con el propósito de abarcar todos los fondos estructurales y de inversión europeos en el marco del denominado desarrollo local participativo.

En la Conferencia del año 2015 denominada «Rumbo al 2020: el desarrollo local participativo en las comunidades costeras», organizada por la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca (DG MARE) de la Comisión Europea en colaboración con la Red Europea de Zonas de Pesca (FARNET), participan FLAG y autoridades de gestión del FEP, además de otros agentes, con el objetivo de reflexionar sobre los logros alcanzados en el Eje 4 desde 2007 y de estudiar los nuevos desafíos y oportunidades a los que se enfrentan durante el período 2014-2020.

9 500 proyectos y muchas otras acciones complementarias

Entre 2007 y mediados de 2014, los FLAG han proporcionado ayudas a unos 9500 proyectos, que han sido llevados a la práctica por múltiples promotores locales, entre los que destacan pescadores, empresas, organizaciones de la sociedad civil y gobiernos locales. En un estudio hecho en 2014¹ para la DG MARE se pone de

relieve que estos proyectos han tenido un efecto muy relevante sobre el empleo, de modo que han creado alrededor de 8000 nuevos puestos de trabajo y han salvaguardado unos 12500 empleos ya existentes.

Por todo ello, **la labor de los FLAG va mucho más allá de simplemente proporcionar ayuda financiera a proyectos individuales**. Sus actividades tienen como finalidad crear nuevos vínculos entre los agentes locales, ofreciendo orientación estratégica con respecto al desarrollo de los territorios que abarcan; así, los FLAG son responsables del acercamiento a beneficiarios potenciales que tienen dificultades en recibir ayudas de las fuentes de financiación habituales. En última instancia, estas actuaciones de los FLAG solo consiguen ser plenamente efectivas si capacitan y preparan a los promotores de las iniciativas para que elaboren **proyectos de alta calidad** que sean conformes a la estrategia del FLAG de que se trate.

¹ http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/studies/axis-4/index_en.htm



Ahora que el período de aplicación del Fondo Europeo de Pesca se acerca a su fin, creemos que ha llegado el momento de analizar los logros de los proyectos financiados al amparo del Eje 4 en las zonas de pesca de la Unión Europea. Por este motivo, se ha organizado una **exposición de 42 proyectos financiados por el Eje 4**, que constituye el elemento central de la iniciativa «Rumbo al 2020». Así, se invitó a FLAG de toda la UE para que presentasen en esta exposición sus proyectos más interesantes financiados a través del Eje 4, de forma que se presentaron unos 200 proyectos, de entre los cuales se seleccionaron 42, que ofrecen un completo panorama de la diversidad de las iniciativas europeas. Los proyectos elegidos han sido **agrupados en las ocho áreas temáticas** siguientes, ya que representan algunos de los tipos más comunes de proyectos apoyados por los FLAG de la Unión Europea:

- > Acortar las cadenas de suministro.
- > Añadir valor a los productos pesqueros locales.
- > Proteger el medio ambiente.
- > Mejorar la imagen de la pesca.
- > Vincular la pesca con el turismo.
- > Crear nuevas actividades derivadas de la pesca.
- > Promover el atractivo de las zonas pesqueras.
- > Invertir en las personas.

Estos proyectos ponen de manifiesto muchos de los efectos positivos que los FLAG pueden producir en el ámbito local como, por ejemplo, agrupar a los agentes implicados y ayudar a crear puestos de trabajo y nuevas fuentes de ingresos. Además, las actividades de los FLAG han contribuido a que las opiniones de las comunidades pesqueras sean conocidas y a apoyar a grupos tradicionalmente difíciles de llegar, como el de los desempleados de larga duración. Durante el próximo período de programación de la UE, los FLAG se beneficiarán de todas estas experiencias, lo cual ayudará a crear proyectos de una calidad superior.

Información adicional sobre este folleto

En los capítulos siguientes se expone un resumen de cada uno de los 42 proyectos presentados en la exposición de la Conferencia, al que sigue un análisis del modo en que estos proyectos han contribuido al desarrollo de sus zonas de pesca. En el último capítulo se ofrece una reflexión sobre los nuevos retos y oportunidades que surgen durante el nuevo período, así como sobre las clases de proyectos de desarrollo local participativo que pueden ser financiados por los FLAG al amparo del Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca (FEMP) para el período 2014-2020.

El presente folleto está concebido fundamentalmente para los participantes en la Conferencia «Rumbo al 2020», aunque también podría ser de gran utilidad para las organizaciones o personas interesadas en el desarrollo local participativo. De esta manera, las partes implicadas (FLAG, autoridades de gestión y promotores de proyectos) pueden utilizarlo como fuente de inspiración para futuros proyectos. Por otro lado, estos ejemplos de proyectos financiados por el Fondo Europeo de Pesca también podrían interesar a otros públicos más amplios, como los investigadores, los evaluadores, las organizaciones no gubernamentales o los medios de comunicación.

La Unidad de Apoyo FARNET desea manifestar su agradecimiento a todos los FLAG y a los promotores de proyectos que han participado en esta iniciativa por su buena disposición y paciencia a la hora de responder a las preguntas relativas a los proyectos seleccionados para la exposición.

CAPÍTULO 2

Ejemplos de proyectos mostrados en la exposición

■ Acortar las cadenas de suministro

- Stand 1 Fish All Days: en el barco y a domicilio.
- Stand 2 Pescadería flotante de Jammerbugt: pescado fresco en el centro de la ciudad.
- Stand 3 Loestamos pescando.com: ventas online.
- Stand 4 Pescado de la lonja de subastas: el compromiso de restaurantes locales.
- Stand 5 O melhor peixe do mundo: canales de distribución reducidos y sostenibilidad.

■ Añadir valor a productos locales

- Stand 6 Camarones frescos de calidad: ampliación del ciclo de vida útil.
- Stand 7 Cangrejo azul: nuevos mercados para marisco vivo y transformado.
- Stand 8 Curricán: conservas y transformación artesanal.
- Stand 9 SCIC Arrainetik: fábrica cooperativa de transformación.
- Stand 10 Carpa ecológica: fomento del conocimiento y mejora de la imagen.
- Stand 11 Vianapesca: el éxito de la promoción de productos.

■ Proteger el medio ambiente

- Stand 12 Télécâpêche: la supervisión de las capturas.
- Stand 13 Cap Roux: zona de pesca limitada.
- Stand 14 Río Nyköping: la gestión conjunta de un recurso común.
- Stand 15 Redes de trampa seguras para las focas: artes de pesca respetuosas con el medio ambiente.
- Stand 16 Aumentar el valor, no las capturas: certificación de la sostenibilidad.
- Stand 17 Aquamar: un nuevo método de purificación del agua.

■ Mejorar la imagen de la pesca

- Stand 18 Visitas al puerto pesquero de Vega: recorridos guiados y educación.
- Stand 19 Promoción del pescado fresco: festival, campaña y seminarios.
- Stand 20a Gastronomía para chefs: cursos sobre platos de pescado, curso de formación en Bulgaria.
- Stand 20b Gastronomía para chefs: cursos sobre platos de pescado, curso de formación en Polonia.
- Stand 21 Responsable social del marisco: acercamiento al sector pesquero.
- Stand 22 Las leyendas de Kitka: un videojuego sobre la pesca.



Vincular la pesca con el turismo

- Stand 23 Pescaturismo: conocer y disfrutar de la pesca y la acuicultura.
- Stand 24 «Suelta y captura»: actividades de pesca recreativa.
- Stand 25 Turismo relacionado con la carpa: visitas guiadas por expertos.
- Stand 26 Restaurante de las olas: creado por un pescador.
- Stand 27 Hostal de un pescador: alojamiento y desayuno en casa de una familia pesquera.
- Stand 28 Ruta milenaria del atún: oferta del patrimonio turístico.

Crear nuevas actividades derivadas de la pesca

- Stand 29 Fabricación de artes de pesca: diversificar actividades y mercados.
- Stand 30 Diversificación de la reparación de redes: accesorios de pesca deportiva y tienda de productos artesanales.
- Stand 31 Taller de reparación de embarcaciones: apoyo a nuevas actividades pesqueras y navales.
- Stand 32 Extracción y transporte de arena: prestación de servicios a la producción de marisco.

Promover el atractivo de las zonas pesqueras

- Stand 33 Renovación del puerto de Oiu: promover el atractivo para vivir y trabajar.
- Stand 34 Grada marítima de InisLyre: vida sostenible en una pequeña isla.
- Stand 35 Puerto familiar: una localidad en la que los pescadores viven, trabajan y tienen esperanzas.
- Stand 36 Puerto de Annan: financiación colectiva de infraestructuras comunitarias.

Invertir en las personas

- Stand 37 Programa de expertos para aprendices: apoyar la constitución de nuevas empresas por los jóvenes.
- Stand 38 Cursos de formación: atraer a los jóvenes a la pesca comercial marítima.
- Stand 39 a Emprendimiento: modelos de conducta femeninos.
- Stand 39 b Emprendimiento: asesoramiento empresarial para desempleados.
- Stand 40 J.F. Mexilhões: una nueva vida como productor acuícola.

Acortar las cadenas de suministro



La venta de pescado al consumidor final con una participación mínima de intermediarios constituye una vía para que los pescadores y los productores acuícolas consigan mayores ingresos por su trabajo. Asimismo, esto acerca al público con esta actividad tradicional mediante el

establecimiento de relaciones directas entre las empresas pesqueras y los consumidores, aparte de mejorar la visibilidad del sector de la pesca. Por lo tanto, apoyar el acortamiento de las cadenas de suministro puede ayudar a lograr medios de vida más sostenibles para las familias dependientes de la pesca. En este sentido, muchos FLAG de la UE han recurrido al Eje 4 para financiar proyectos para mejorar las ventas del pescado capturado localmente, tanto por los pescadores como a través de las subastas de pesca.

Los proyectos de este apartado ofrecen opciones a los pescadores a fin de que puedan acortar la cadena de suministro existente, entre las que destacan la realización de ventas directas desde un barco de pesca de propiedad familiar y la entrega a domicilio o el establecimiento de una «pescadería» en un barco pesquero tradicional en una ciudad de mucho movimiento. Otros proyectos han intensificado la cooperación entre asociaciones de pescadores con el ánimo de comercializar su pescado a través de una plataforma online conjunta. Otros ejemplos interesantes son aquellos proyectos que animan a restaurantes y tiendas de alimentación a comprar el pescado directamente en las lonjas locales de subastas.

A través de estos ejemplos comprueba que la cooperación entre las empresas pesqueras es un factor fundamental de éxito para el acortamiento de la cadena de suministro. En conjunto, estos proyectos ilustran cómo la inversión en procesos de comercialización reducida puede incrementar los ingresos y los volúmenes de venta.



Fish All Days: en el barco y a domicilio

La iniciativa «Pescado a diario» permite a los consumidores comprar pescado fresco directamente en el barco o hacer que les sea entregado en su domicilio. Mediante la combinación de campañas promocionales y educativas más tradicionales con el uso de nuevas tecnologías y medios de comunicación sociales, un barco de pesca de arrastre de la ciudad italiana de Molfetta ha conseguido crear una red de clientes fieles.



FLAG DE TERRE DI MARE, ITALIA

Resultados

(en los primeros diez meses):

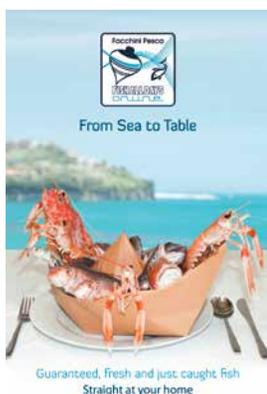
- > 60 unidades familiares como clientes regulares.
- > 4 restaurantes como clientes regulares.
- > 30-35% de incremento en los ingresos por ventas.

Coste total: 42 000 €

Eje 4 del FEP: animación y ayuda al desarrollo del proyecto

Promotor del proyecto:

sociedad pesquera Facchini Pesca.
[www.facebook.com/FishallDays?](http://www.facebook.com/FishallDays?ref=nf)
ref=nf



La sociedad pesquera familiar Facchini Pesca vendía sus capturas a precios muy bajos en la lonja de subastas local. Por ello, se ideó un proyecto que pretendía dotar al barco familiar de medios para vender allí su pescado directamente al consumidor. El proyecto dio prioridad al cumplimiento de la normativa en materia de seguridad y salud, lo cual también exigía acondicionar el camión de la empresa para transportar el pescado con refrigeración. A continuación, la atención se puso en intensificar la promoción del servicio de ventas directas de la empresa y en concienciar a la población local de los beneficios para la salud

derivados de consumir pescado local rastreable y de calidad. Entre las acciones emprendidas destacan la elaboración de folletos publicitarios y la colocación de salvamanteles promocionales en restaurantes locales, la creación de una página web con información y precios del pescado capturado por Facchini Pesca y la utilización de las redes sociales para promocionar los productos.

STAND 1



Pescadería flotante de Jammerbugt: pescado fresco en el centro de la ciudad

La cofradía de pescadores de la costa de Thorup (Thorupstrand Kystfiskerlaug) ha convertido a un barco pesquero tradicional en una pescadería flotante y ha conseguido autorización para amarrarlo en el centro de Copenhague, lo cual ha proporcionado a los productos de la cofradía un excelente punto de entrada en el próspero mercado de la capital danesa.



FLAG DE JUTLANDIA SEPTENTRIONAL, DINAMARCA

Resultados (después de 10 meses):

- > Ventas diarias de pescado de unos 1 500 euros (con tendencia al alza).
- > Siete nuevos puestos de trabajo en el almacén y la pescadería flotante.
- > Actividades adicionales en la fábrica de transformación de la cofradía.

Coste total: 268 000 €

Eje 4 del FEP: 65 000 €

Promotor del proyecto:

Thorupstrand Kystfiskerlaug
(cofradía de pescadores)
ole@thorupstrandkystfiskerlaug.dk
www.thorupstrandkystfiskerlaug.dk



Tras constituir una cofradía con el objeto de adquirir cuotas de pesca y asegurar que las oportunidades pesqueras quedan en manos de su comunidad local, los pescadores de Thorupstrand lograron mejorar la comercialización de sus capturas mediante la venta directa en uno de sus barcos reconvertido en un establecimiento. Han amarrado su barco en el centro de Copenhague y ofrecen una impresionante muestra de los productos pesqueros de Thorupstrand.

El pescado llega en camión directamente a la capital, siendo uno de los más frescos que allí pueden encontrarse, ya que los barcos de Thorupstrand salen a faenar a diario. La cofradía ha contratado también a un chef para que dirija el establecimiento, en el que además de pescados frescos enteros se venden filetes de pescado, hamburguesas de pescado fresco y otros pequeños platos preparados en la fábrica de transformación de la cofradía.

STAND 2

Loestamospescando.com: ventas online

El FLAG Costa da Morte de A Coruña agrupa a nueve cofradías, en las que participan más de 500 pescadores y productores de marisco gallegos, cuyo fin es constituir y dirigir una plataforma de ventas online.



La rivalidad y competencia entre las numerosas cofradías gallegas es algo bastante común. Sin embargo, la falta de cooperación en el sector de la pesca socava gravemente la competitividad de sus actividades. Este proyecto ha gestionado un «escaparate» de productos pesqueros gallegos con el objeto de reforzar la capacidad negociadora de los pescadores locales mediante un aumento de su masa crítica, logrado gracias

a la cooperación. Dicha colaboración ha permitido la comercialización directa de sus capturas conjuntas a nuevos clientes y consumidores de toda España. Estos clientes (particulares o profesionales, como restaurantes) pueden efectuar sus pedidos por teléfono o en internet, conforme a un precio fijo para los productos locales. La plataforma agrupa los pedidos y encarga a una de las cofradías participantes que recompre una parte de las capturas de sus pescadores dentro del límite del precio máximo acordado. A continuación, las entregas se tramitan por medio de la plataforma de ventas. La página web www.loestamospescando.com ofrece a los clientes una «plaza de comprador» en la lonja de subastas, garantizando así un precio más justo a los pescadores y una clientela más diversificada. El proyecto pasó con éxito un período de prueba de un año, con la dirección del FLAG, antes de transmitir la responsabilidad de las operaciones a las propias cofradías.

FLAG DE COSTA DA MORTE, ESPAÑA

Resultados

- (después de dos años y medio):
- > Creación y gestión de una plataforma de ventas *online*.
 - > 15% de incremento de los precios de algunas especies.
 - > Ocho toneladas de pescado vendidas durante el primer año, por valor de 25 000 euros.

Coste total: 59 171 €

Eje 4 del FEP: 40 828 €

Promotor del proyecto:

FLAG de Costa da Morte
www.loestamospescando.com

STAND 3



Pescado de la lonja de subastas: el compromiso de restaurantes locales

El proyecto catalán «Peix de llotja» (en castellano, «Pescado de la lonja de subastas») ha conseguido agrupar a organizaciones de pesca locales a fin de promover su producción entre los restaurantes de la zona. Esta iniciativa ha creado su propia marca y otorga acreditaciones en forma de estrellas a aquellos restaurantes que se comprometen a comprar su pescado directamente en la lonja de subastas local.



En muchas zonas costeras, los restaurantes suelen comprar el pescado a mayoristas, dando prioridad al precio y a la comodidad, y no al hecho de que el pescado provenga de esa misma zona. Con el objeto de incrementar el consumo de pescado fresco local en los restaurantes de la zona, la Asociación de Cofradías de Pesca del Delta del Ebro se encargó de coordinar una iniciativa concebida para animar a los restaurantes a inscribirse

como compradores en la lonja de subastas de pescado de su cofradía local. A consecuencia de ello, se ha diversificado el número de compradores de la asociación e incrementado el volumen de pescado comprado directamente. Entre las acciones emprendidas por el proyecto destaca la creación de un sistema de certificación que garantiza el origen del pescado local. Por otro lado, los restaurantes inscritos reciben una, dos o tres estrellas, en función del volumen de pescado comprado directamente en la lonja de subastas local.



FLAG DEL DELTA DEL EBRO, ESPAÑA

Resultados (después de 22 meses):

- > Cooperación dentro del propio sector pesquero, así como entre los sectores de la pesca, el turismo y la restauración
- > 13 restaurantes compran directamente en las lonjas de subastas de pescado locales
- > 10-15% de incremento en los precios de subasta de las especies de pescado habitualmente compradas por los restaurantes

Coste total: 23 925 €

Eje 4 del FEP: 8 155 €

Promotor del proyecto:

Asociación de Cofradías de Pesca del Delta del Ebro
www.peixdelotja.com



O melhor peixe do mundo: canales de distribución reducidos y sostenibilidad

Por medio del establecimiento de un innovador sistema de entregas de una reducida cadena de suministro de pescado local, el Eje 4 ha ayudado a una empresa portuguesa a reducir la brecha existente entre los consumidores y los pescadores a pequeña escala, así como a fomentar prácticas de pesca sostenibles en la zona de Sesimbra.



FLAG DEL ALENTEJO, PORTUGAL



La pequeña empresa portuguesa Fixe em Casa ha creado un programa de comercialización que combina diversos métodos de venta para una reducida cadena de suministro a fin de comercializar las capturas de pescadores seleccionados conforme a criterios específicos de sostenibilidad. El apoyo brindado por el Eje 4 ha permitido a esta empresa incrementar sus ventas *online*, conseguir una certificación de sostenibilidad y

elaborar un sistema de envasado innovador para preservar y promover la calidad de su pescado. Así, las familias pueden hacer sus pedidos de pescado local a través de una página web especialmente creada a tal efecto, tras lo cual Fixe em Casa se encarga de recopilar los pedidos, ponerse en contacto con los pescadores para comprar el pescado en la lonja de subastas de Sesimbra (todas las ventas de pescado en Portugal deben seguir siempre este procedimiento) y entregarlos directamente en el domicilio de los consumidores. La empresa también ha establecido relaciones con establecimientos ecológicos locales, que ahora ofrecen pescado local certificado a los habitantes de la zona.

- Resultados** (después de 3 años):
- > 40 pescadores participantes, tres de los cuales trabajan exclusivamente para el programa
 - > Se ha triplicado el volumen de pescado vendido por la empresa (en 2013 se vendieron 40 toneladas)
 - > Se han creado tres puestos de trabajo en el puerto de Sesimbra

Coste total: 25 110 €

Eje 4 del FEP: 5 022 €

Promotor del proyecto:

Fixe em Casa, Lda.

<http://loja.peixefresco.com.pt>

STAND 5

Añadir valor a productos locales



Las comunidades pesqueras pueden aumentar el valor de sus capturas locales de múltiples maneras, entre las cuales cabe señalar la utilización de nuevos métodos para mejorar la calidad de los productos o bien la transformación de la materia prima en productos más prácticos o de alta cocina. Asimismo, pueden centrarse en

la comercialización de los productos pesqueros por medio de técnicas innovadoras de envasado y promoción.

El apoyo de los FLAG a las actividades de valor añadido permite asegurar un mayor porcentaje de los beneficios económicos generados por los recursos locales. Los hábitos de los consumidores, como la popularidad de los productos precocinados, las nuevas experiencias culinarias o la tendencia hacia productos locales tradicionales y de calidad, indican la existencia de un potencial para la financiación de proyectos que añadan valor a la pesca local.

Los proyectos seleccionados en este apartado ilustran una amplia gama de iniciativas que van desde la preparación de cangrejos vivos destinados a las comunidades asiáticas residentes en Europa, hasta la utilización de tecnologías modernas de cocción y refrigeración para la ampliación de la vida útil de los productos. Este acercamiento a los nuevos mercados locales constituye una de las características fundamentales de una reciente cooperativa dedicada a trocear y congelar pescados locales para comedores públicos. También se incluye el ejemplo de una empresa de transformación artesanal que ha restaurado la tradición conservera local. Otros de los proyectos se dedican a la promoción de nuevos productos ecológicos frescos y ahumados procedentes de la carpa. Por último, se exponen las campañas de marketing emprendidas por una organización de productores con el objeto de crear una nueva imagen de marca y promover productos de pesca tradicionales. En definitiva, la innovación, la calidad y el acceso directo a los pescados capturados localmente son los elementos básicos de todos estos proyectos.

Camarones frescos de calidad: ampliación del ciclo de vida útil

Ahora es posible ofrecer camarones belgas frescos durante un período más largo, sin utilizar conservantes, gracias a la reciente creación de una línea de procesamiento de productos frescos. Mediante la mejora de los procesos de cocción y refrigeración, estos pescadores flamencos han ampliado considerablemente el ciclo de vida útil de sus productos, incrementando así la competitividad de su pesca de bajura.



Los camarones belgas eran frecuentemente pelados a mano en el extranjero, pero ahora la mayoría vuelven a ser vendidos en los mercados locales. Esto requiere el uso generalizado de conservantes y, algunas veces, de congelación del producto. Los camarones frescos, capturados localmente, están ya a disposición de los consumidores, aunque generalmente sin pelar y con una vida útil de solo cuatro días, ya que tradicionalmente se cuecen y refrigeran a bordo

utilizando agua de mar sin tratar. En Flandes, un FLAG ha apoyado un proyecto por el que se crea un proceso optimizado de cocción y refrigeración, con un control más riguroso de la temperatura y calidad del agua, basado en una investigación financiada por el Eje 3 del FEP. Para ello, se construyó e instaló en tierra una planta prototipo, de modo que el nuevo proceso ha incrementado notablemente la vida útil natural de los camarones frescos locales. Así se añade valor y los hace más competitivos sin utilizar conservantes; por otro lado, se aplica un nuevo método de pelado de estos crustáceos, mediante una máquina expulsora de aire, permite que este proceso se realice localmente y mantener la cadena de valor en la comunidad pesquera.



FLAG DE FLANDRES OCCIDENTAL, BÉLGICA

Resultados (después de 2 años):

- > Construcción de un prototipo de planta de cocción y refrigeración
- > Aumento del ciclo de vida útil de los camarones frescos de 4 a 14 días sin conservantes
- > Nuevas posibilidades de comercialización lejos de la costa

Coste total: 231 250 €

Eje 4 del FEP: 84 406 €

Promotor del proyecto:

Vlaamse Visserij Vereniging
(Asociación Flamenca de Pesca)
Brevisco BVBA / Willy Versluys
willy@versluys.net
www.vlaamsegarnalen.be

STAND 6



Cangrejo azul: nuevos mercados para marisco vivo y transformado

La ayuda financiera proporcionada por un FLAG griego ha facilitado la constitución de la sociedad de preparación y tratamiento de marisco denominada Blue Crab P.C., cuyo objeto es la transformación de pescados, crustáceos y mariscos en una nueva y moderna fábrica construida en la ciudad de Calestra.



FLAG DE SALÓNICA, GRECIA

Resultados (después de 18 meses):

- > Mercado de cangrejos azules vivos en siete países (Grecia, España, Italia, Francia, Bélgica, Alemania y República Checa)
- > Tres puestos de trabajo creados
- > Volumen de negocio del orden de 250 000 euros durante el primer año de actividades.

Coste total: 451 776 €

Eje 4 del FEP: 203 299 €

Promotor del proyecto:

Blue Crab P.C.
www.bluecrab.gr



Dos especialistas locales en los ámbitos de la acuicultura y la patología pesquera descubrieron la oportunidad de crear una nueva empresa tras la expansión de cangrejos azules acaecida en esta zona. Aunque ya había pescadores locales que capturaban y vendían esta especie, el mercado de este tipo de cangrejo estaba muy escasamente desarrollado. Gracias a la ayuda prestada por el Eje 4, se constituyó la sociedad Blue Crab P.C. y

se habilitaron instalaciones en una antigua taberna pesquera en la ciudad de Calestra. La nueva planta consta de tres unidades: una dedicada a la preparación de pescados, crustáceos y mariscos, otra dedicada al congelado de pulpos, sepias y cangrejos, y una tercera dedicada a elaborar salsas y platos ligeros de marisco. El producto estrella de la empresa es el cangrejo azul vivo, que se captura utilizando métodos tradicionales y se vende a las comunidades asiáticas de seis países de la Unión Europea. Blue Crab P.C. colabora con alrededor de 25 pescadores que se dedican a la captura de especies locales y otros tipos de pescado y marisco que suministran para su posterior preparación y transformación. En una segunda fase, la empresa elabora salsas y platos preparados de marisco, destinados fundamentalmente al mercado griego.

STAND 7



Curricán: conservas y transformación artesanales

Tres mujeres españolas han constituido su propia empresa en Galicia con el objeto de vender pescado y marisco local en forma de conservas artesanales.



FLAG DE MARIÑA – ORTEGAL, ESPAÑA



El Eje 4 ha brindado apoyo a tres mujeres con objeto de crear su propia empresa en Galicia, ideada para mantener la tradición de conserva de pescado en tarros de cristal. Nuria y Nieves estaban desempleadas cuando oyeron hablar por primera vez de financiación proveniente del Eje 4, por lo cual se pusieron en contacto con el FLAG para que les ayudase a convertir su idea de realizar manualmente la conserva de pescados locales en un negocio innovador y rentable.

En colaboración con una tercera socia, especializada en marketing, elaboraron 15 productos hechos a mano, ocho durante el primer año, incluido atún en aceite de oliva, y otros siete durante el segundo año, como pulpo en aceite de oliva. Su empresa de conservas artesanales se denomina Curricán y en la actualidad sus productos se venden en tiendas *gourmet* gallegas y en establecimientos especializados de lugares como Madrid, Asturias o Huelva.

Resultados (después de 2 años):

- > Nueva empresa constituida por tres mujeres de más de 45 años de edad, dos de ellas desempleadas.
- > Se han creado 2,5 nuevos puestos de trabajo
- > La facturación durante el primer año completo de actividades ha sido de 65000 euros.
- > Nuevo contrato firmado para exportar sus conservas a México

Coste total: 53 124 €

Eje 4 del FEP: 23 909 €

Promotor del proyecto:

Curricán

www.conservascurrican.es

STAND 8



SCIC Arrainetik: fábrica cooperativa de transformación

Un estudio francés del Eje 4 propició una inversión por valor de 700 000 euros en la creación de una fábrica cooperativa de transformación en el puerto pesquero de San Juan de Luz/ Ciboure, que en la actualidad suministra especies de pescados locales infrautilizadas a comedores escolares.



FLAG DE LA COSTA VASCA FRANCESA, FRANCIA

Resultados (después de 3 años):

- > Puesta en marcha de una fábrica cooperativa de transformación por importe de 700 000 Euros
- > Creación de cinco puestos permanentes y expectativas de crear otros dos
- > Se espera la transformación de 100 toneladas de filetes de pescado durante el primer año y de 130 toneladas durante el segundo

Coste total (estudio de viabilidad): 72 000 €

Eje 4 del FEP: 12 240 €

Promotor del proyecto:

Aglomeración Sur del País Vasco
www.agglospb.fr



En el estudio de viabilidad promovido por el FLAG se identificaron varias oportunidades de transformación (troceado y congelado) y comercialización de los productos pesqueros de la zona, en particular los desembarcados en Bayona. En la investigación participaron productores, transformadores, restauradores colectivos y entidades públicas, de modo que el estudio contribuyó a la elaboración de un plan de acción que asocia

productos pesqueros locales a nuevos mercados locales. Sus resultados han dado lugar a inversiones en un nuevo centro cooperativo de transformación que suministra productos de filetes de pescado local a colegios, hospitales y otros comedores de la zona. La organización de productores locales, el comité de pesca y la federación de municipios han cofinanciado la nueva cooperativa, en colaboración con otras partes interesadas del sector privado.



Carpa ecológica: fomento del conocimiento y mejora de la imagen

Con la atención puesta en la acuicultura ecológica y la mejora de la imagen de la carpa, la región alemana de la Alta Lusacia está cambiando los hábitos de consumo y promoviendo el conocimiento de los productos derivados de la carpa entre las generaciones más jóvenes.



FLAG DE OBERLAUSITZ, SAJONIA, ALEMANIA

Resultados (después de 22 meses):

- > Los productores de carpa han abandonado métodos tradicionales y adoptado otros de producción de carpa ecológica
- > Se ha creado un puesto de trabajo
- > En la actualidad los productos de carpa ecológica se venden en los establecimientos alemanes de alimentación ecológica

Coste total: 165 628 €

Eje 4 del FEP: 124 221 €

Promotor del proyecto:

Oberlausitzer Biokarpfen
www.oberlausitzer-biokarpfen.de



Los productores locales de carpa de la Alta Lusacia han adoptado prácticas de trabajo ecológicas y, en cooperación con una moderna fábrica de transformación sajona, han creado nuevos productos frescos y ahumados. Esta actividad está acompañada de una iniciativa para crear una

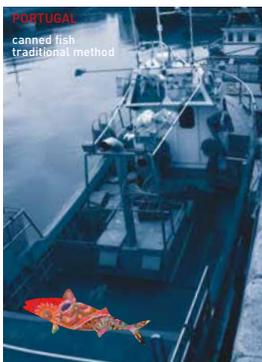
identidad común con respecto a sus productos de carpa ecológica, cuya comercialización se ha llevado a cabo conjuntamente, mientras que un pequeño grupo de acuicultores locales supervisa la calidad del pescado. Este proyecto también incluye el diseño y la elaboración de folletos destinados a los consumidores y de materiales para participar en ferias comerciales a fin de que los productores promocionen sus productos. El proyecto ha permitido crear autoservicios de alimentación ecológica que, por primera vez en Alemania, son abastecidos con productos de carpa ecológica.

STAND 10



Vianapesca: el éxito de la promoción de productos

Gracias al Eje 4, Vianapesca, una organización productora de operadores a pequeña escala de barcos de tamaño medio del norte de Portugal, elaboró una campaña de marketing con objeto de promocionar el marisco tradicional en el propio país y en Europa.



Los miembros de *Vianapesca* ya habían experimentado dificultades debido a la escasa rentabilidad de la pesca provocada por problemas de distribución de los productos y al reducido valor de las ventas. En respuesta a ello, esta organización de productores creó una estrategia comercial con ánimo de incrementar las ventas de productos pesqueros comercializables y consolidar una red de distribución en todo el país. El elemento básico de la campaña de marketing era explicar el valor nutricional y patrimonial de los productos en conserva tradicionales mediante un nuevo diseño

de los envases y de materiales promocionales. En 2003 el proyecto había conseguido tanta visibilidad que, en colaboración con otras organizaciones productoras portuguesas, *Vianapesca* fue capaz de abrir una *loja das conservas* («lonja de conservas»), esto es, un establecimiento de pescado en conserva tradicional que vende productos locales en Lisboa. Al año siguiente, su campaña de marketing también favoreció el establecimiento de un espacio dedicado a «pescado en conserva portugués» en una tienda de productos gastronómicos de París. Todos estos éxitos han contribuido a incrementar los ingresos y mejorar las condiciones de vida de las comunidades pesqueras tradicionales de Portugal.

FLAG DEL LITORAL NORTE, PORTUGAL

Resultados (después de 2 años):

- > 13 nuevas imágenes de marca de productos en conserva
- > Una nueva empresa en Lisboa
- > Creación de cuatro puestos permanentes y de unos veinte empleos estacionales
- > Ingresos adicionales por valor de 30 000 euros durante el primer año de actividad

Coste total: 199 260 €

Eje 4 del FEP: 104 612 €

Promotor del proyecto:

Vianapesca (organización de productores)

Página Facebook: Vianapesca OP

STAND 11

Proteger el medio ambiente



El sector de la pesca ha sido criticado por el impacto negativo de sus actividades en el medio ambiente. No obstante, gracias a sus conocimientos profesionales, los pescadores pueden también desempeñar un importante papel como supervisores del entorno marítimo y fluvial, por lo que

muchos FLAG han apoyado al sector a fin de que lleven a cabo esta misión, a menudo con la participación de científicos y otros expertos de relevancia. Por otro lado, los FLAG, al ser asociaciones locales, por lo común están muy bien preparados para fomentar la cooperación entre los agentes locales y así ayudar a resolver los conflictos de intereses ligados a la utilización de los ecosistemas costeros.

La mayoría de los proyectos incluidos en este apartado pone de relieve cómo los pescadores han recibido ayuda en su misión de gestionar el medio ambiente y los recursos pesqueros de modo sostenible. Así, se exponen proyectos que facilitan la información relativa a las capturas, la supervisión de una zona de conservación para impedir la pesca ilegal, la agrupación de agentes locales para elaborar un plan común de gestión fluvial o el diseño y la experimentación de artes de pesca no dañinas para las focas. En este apartado también se menciona un proyecto para la certificación del pescado capturado de manera sostenible y otro para el desarrollo de nuevas tecnologías respetuosas con el medio ambiente y que mejoran la calidad de las aguas lacustres. Todos estos proyectos subrayan la importancia de la función que los FLAG pueden desempeñar en la protección del medio ambiente por medio de la promoción de prácticas sostenibles, la concienciación y el fomento de acciones conjuntas.



Télécapêche: la supervisión de las capturas

TÉLÉCAPÊCHE es un sistema francés de tecnología digital que simplifica los métodos de información sobre las capturas de marisco locales y ayuda a los comités de pesca y acuicultura locales a adoptar medidas de gestión apropiadas, ofreciéndoles datos en tiempo real sobre el estado de los recursos pesqueros.



FLAG DE AURAY, FRANCIA

Resultados (después de 9 meses):

- > Desarrollo y experimentación del nuevo sistema
- > Acceso en tiempo real a las estadísticas individuales relativas a las capturas
- > En la actualidad se utiliza por los 300 cultivadores de marisco del departamento de Morbihan
- > En el futuro se aplicará el sistema en otras regiones francesas

Coste total: 35 179 €

Eje 4 del FEP: 17 590 €

Promotor del proyecto:

CRPEMB (Comité Regional de Pesca y Acuicultura de Bretaña)
www.cdpmem56.fr



Los cultivadores de marisco franceses están obligados a declarar sus capturas mensualmente a la agencia gubernamental responsable de asuntos marítimos. Ahora bien, el uso de procedimientos ineficientes implicaba que los datos no se procesaban ni estaban disponibles para los comités pesqueros y acuícolas locales, lo cual complicaba la gestión de unos recursos pesqueros cada vez más limitados. Por este motivo, el Eje 4 decidió

apoyar el desarrollo y la experimentación de un sistema electrónico en el que los cultivadores de marisco pueden incluir sus capturas directamente *online* o informar sobre ellas por medio de SMS. A la vez que este proyecto ahorra tiempo a los pescadores, también proporciona a los comités de pesca y acuicultura información actualizada sobre las poblaciones de peces, de manera que pueden detectar rápidamente los problemas relativos a los recursos y adoptar medidas pertinentes, como el cierre o la repoblación de determinadas zonas, mucho antes que en el pasado.

STAND 12

Cap Roux: zona de pesca limitada

Una ONG local ha conseguido agrupar a pescadores, autoridades regionales y científicos con el fin de desarrollar los primeros pasos para elaborar, aplicar y promover un plan de gestión efectivo y sostenible para lograr que se respeten las medidas de conservación adoptadas en una zona de pesca limitada de la Costa Azul francesa.



FLAG DE VAR, FRANCIA

Resultados (después de 2 años):

- > Más de 112 operaciones de vigilancia llevadas a cabo
- > Participan siete pescadores retribuidos por sus actividades de vigilancia
- > Mejora de la situación de los recursos medioambientales
- > Se ha reforzado el papel de la *Prud'homie* en la gestión de los recursos pesqueros locales

Coste total: 142 072 €

Eje 4 del FEP: 52 856 €

Promotor del proyecto:

Planète Mer

www.planetemer.org



En 2004 la organización de pesca local, ou *Prud'homie*, creó la zona de pesca limitada de Cap Roux de 445 hectáreas de extensión, en un lugar enormemente afectado por la urbanización y el turismo. Sin embargo, la falta de visibilidad y la capacidad insuficiente para hacer cumplir la normativa hicieron que los efectos en esta zona protegida y en sus recursos marinos fueran bastante reducidos. Por ello, un proyecto del Eje 4 ha

brindado apoyo a pescadores para que lleven a cabo actividades de vigilancia destinadas a luchar contra la pesca ilegal y buscar nuevas vías para garantizar que ese control conduzca al desarrollo de un plan de gestión eficaz y económicamente sostenible. La recopilación de datos está ayudando a supervisar los efectos de las medidas de conservación, mientras que la cooperación con otros usuarios de este espacio marino está promoviendo la concienciación sobre los recursos de la zona y la importancia de su protección.

STAND 13



Río Nyköping: la gestión conjunta de un recurso común

En la actualidad, todos los Estados miembros de la Unión Europea aplican planes de gestión de las cuencas fluviales con el fin de proteger y mejorar el agua de los ríos, los lagos, los estuarios, las costas y las aguas subterráneas. El proyecto de un FLAG sueco ha demostrado con éxito cómo los enfoques participativos eficaces pueden utilizarse para la aplicación de dichos mecanismos de planificación territorial.



Con anterioridad al proyecto del FLAG, no existía ningún plan de gestión sistemático con respecto al río Nyköping, en el sudeste de Suecia. Además, no había consenso entre los grupos interesados (operadores de pesca y de turismo) acerca de cómo gestionar los recursos del río de modo sostenible y que beneficie a todas las partes. Aun así, el FLAG ha sabido dar respuesta a dichas cuestiones agrupando a las partes interesadas de los sectores

público y privado y lograr un acuerdo común. Por otro lado, una empresa consultora medioambiental facilitó esta labor mediante el uso efectivo de herramientas de comunicación para garantizar el equilibrio entre los intereses socioeconómicos y ecológicos. Los resultados positivos logrados hasta ahora han mejorado las relaciones de colaboración entre los agentes implicados, han creado un marco completo de soluciones para la administración del río Nyköping, y además han sentado las bases de trabajo de las futuras actividades del FLAG.



FLAG DE KUSTLINJEN, SUECIA

Resultados

(después del primer año):

- > Constitución de una asociación entre nueve organizaciones
- > Elaboración de un plan de gestión conjunta del río
- > Reducción de los conflictos de intereses

Coste total: 54 035 €

Eje 4: 27 017 €

Promotor del proyecto:

Nyköpingsårnas vattenvårdsförbund

www.vattenorganisationer.se/nvvf

STAND 14



Redes de trampa seguras para las focas: artes de pesca respetuosas con el medio ambiente

Pescadores de Finlandia oriental han colaborado con ecologistas y científicos con el propósito de crear redes de trampa que protejan sus capturas del ataque de focas anilladas del lago Saimaa, sin que esta especie en peligro de extinción sufra daño alguno.



Las medidas conservacionistas concebidas para proteger a la foca anillada del lago Saimaa, entre las que se incluye la prohibición del uso de redes de trampa, afectan de modo importante a las condiciones comerciales de la pesca en esta zona. Por ello, los pescadores locales presentaron una propuesta conjunta al FLAG de Finlandia oriental con el ánimo de crear y probar redes de trampa de amarre seguras para las focas, basándose en

las experiencias en el mar Báltico, pero adaptadas a la pesca de interior. Así, el FLAG agrupó a pescadores, ecologistas y científicos, y aseguró la financiación a través del Eje 3 del FEP, para la creación y prueba de una red de trampa para percas, luciopercas y corégono blancos, en la cual no pueden entrar las focas anilladas del Saimaa. También se contrató a un coordinador para organizar el proyecto y seis pescadores profesionales llevaron a cabo las pruebas de las redes de trampa durante más de tres años.

FLAG DE FINLANDIA ORIENTAL, FINLANDIA

Resultados (después de 4 años):

- > Creación de una nueva red de trampa segura para las focas
- > Se está revisando la normativa nacional para permitir pescar con redes de trampa en el lago
- > Canalización de 5M de euros a través del programa LIFE para reforzar la protección de la foca anillada y la selectividad de la pesca.

Coste total: 239 000 €

Eje 4: animación y coordinación por el FLAG

Promotor del proyecto:

FLAG de Finlandia oriental
www.kalatalous.wordpress.com

STAND 15



Aumentar el valor, no las capturas: certificación de la sostenibilidad

«Aumentar el valor sin aumentar las capturas», ha sido el lema del FLAG de la provincia sueca de Blekinge. Para alcanzar este objetivo, el grupo emprendió múltiples actividades destinadas a los pescadores locales, incluido el apoyo para obtener la certificación que declara la sostenibilidad de sus capturas.



FLAG DE BLEKINGE, SUECIA

Resultados

(después de dos años y medio):

- > Un pescador ha recibido la certificación de sostenibilidad KRAV relativa al bacalao
- > Se ha presentado la solicitud de las certificaciones KRAV relativas al lucio y a la perca
- > Del 20 al 25% de incremento de rentabilidad de las capturas con certificación KRAV

Coste total (certificación KRAV):
72 610,39 €

Eje 4 del FEP: 36 305,34 €

Promotor del proyecto:
FLAG de Blekinge
www.leaderblekinge.se



En realidad, se trataba de algo más que un simple lema, ya que ha constituido el principio directriz de la zona y sus pescadores a lo largo de toda la cadena de suministro de la pesca. El apoyo brindado por el FLAG ha ayudado a los pescadores a mejorar la calidad y el valor de sus capturas por medio de muchas acciones, como la mejora de la sostenibilidad medioambiental de su actividad pesquera o el perfeccionamiento de sus prácticas

de manipulación y venta. Una de las metas era el logro de la certificación pesquera de sostenibilidad de más renombre de Suecia, la denominada KRAV, que requiere un proceso largo y complejo de recogida de datos sobre las poblaciones de peces afectadas. Asimismo, fue necesario garantizar la conformidad de las embarcaciones y artes de pesca utilizadas, así como de los procesos de manipulación del pescado. Para ello, un coordinador del proyecto colaboró con los pescadores y las autoridades pesqueras correspondientes con objeto de preparar la solicitud necesaria para la certificación de la pesca. Finalmente, un primer pescador ha logrado ya la certificación buscada, cuyo éxito allana ahora el terreno a otros pescadores de la zona.

STAND 16



Aquamar: un nuevo método de purificación del agua

La asistencia técnica y la ayuda financiera del FLAG han contribuido a que el titular de un creativo proyecto en Polonia convirtiese esta idea en una innovadora y rentable empresa ecológica que ofrece servicios de purificación de agua a pescadores y explotaciones acuícolas.



FLAG DEL DISTRITO DEL LAGO BYTÓW, POLONIA

Resultados (después de 11 meses):

- > Nuevo método respetuoso con el medio ambiente para purificar el agua (de cinco a seis veces más económico que los métodos químicos)
- > Nueva actividad económica, que ha permitido la firma de cinco contratos de purificación del agua

Coste total: 71 700 €

Eje 4 del FEP: 26 250 €

Promotor del proyecto:

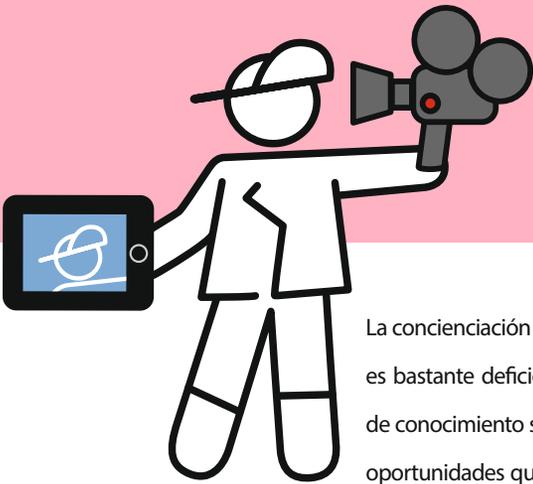
Andrzej Marczyński
www.aquamar.com.pl



La eutrofización puede afectar gravemente a la calidad del agua y reducir los ingresos de los pescadores y acuicultores. Una sociedad acuícola local había probado muchos métodos de purificación del agua, pero todos ellos eran demasiado caros e invasivos. Tras muchos años de experimentos, el personal de esa empresa desarrolló un nuevo método biológico basado en la introducción en el agua de varias clases específicas de bacterias que absorbían y transformaban las sustancias orgánicas. El Eje 4 ha financiado los costes de equipamiento de un laboratorio móvil, que puede ser instalado en una furgoneta o en una pequeña lancha a motor, que ofrece mediciones y análisis sobre el terreno para la planificación y la supervisión de los procesos de purificación del agua.

STAND 17

Mejorar la imagen de la pesca



La concienciación social con respecto a las profesiones derivadas de la pesca a veces es bastante deficiente en muchos Estados miembros de la Unión. Existen lagunas de conocimiento sobre los retos a los que se enfrenta este sector, sobre el valor y las oportunidades que genera o simplemente sobre el modo de funcionamiento de la

pesca y su cadena de suministros. En realidad, la imagen de la pesca está frecuentemente asociada a sus efectos negativos en el medio ambiente. Sin embargo, existe un mayor interés de los ciudadanos en conocer de dónde vienen nuestros alimentos y cómo se producen. Por consiguiente, la mejora de la imagen de la pesca constituye una prioridad para muchos FLAG, que hacen todo lo posible por reconciliar a los profesionales de la pesca y a los ciudadanos.

Los ejemplos incluidos en el presente apartado tienen por objeto dar visibilidad al sector de la pesca y promover el valor del pescado como producto de calidad. Algunos de los proyectos que aquí se incluyen también han contribuido a crear puestos de trabajo y abrir nuevos mercados para los productos pesqueros, como por ejemplo los que pretenden hacer más accesibles y atractivos para los visitantes los puntos de desembarque y las lonjas de subastas, o las campañas promocionales del sector pesquero a través de los medios de comunicación, la enseñanza y los festivales. En otros ejemplos se subraya la importancia de facilitar contactos entre el sector pesquero y otros sectores económicos, así como de invertir en la formación de futuros chefs que puedan mejorar el atractivo del pescado. Por último, se incluye un innovador proyecto que ha utilizado un videojuego específico para sensibilizar a los jóvenes y aficionados informáticos sobre los retos a los que se enfrentan los profesionales del sector de la pesca. Debido al envejecimiento de los pescadores en muchas zonas de FLAG y a unas generaciones jóvenes cada vez más propensas a las comidas de preparación rápida, no es de sorprender que muchos proyectos de este apartado se orienten a los jóvenes por sus efectos a largo plazo.



Visitas al puerto pesquero de Vega: recorridos guiados y educación

Una cofradía de pescadores asturiana ha emprendido acciones para aumentar el valor turístico y cultural del sector pesquero local mediante el acondicionamiento de la lonja de subastas para la realización de visitas guiadas y actividades educativas.



Este proyecto ha creado un recorrido interactivo de la lonja de subastas local que permite a los visitantes conocer y comprender el trabajo diario de los pescadores de la localidad. El precio es de tres euros por adulto y gratis para los menores de doce años, y en él está incluida una visita guiada por un empleado de la cofradía con gran experiencia en las actividades pesqueras de la zona. Asimismo, se ha creado una sala didáctica para mostrar las características y prácticas de la pesca local por medio de materiales audiovisuales,

para así hacer más atractiva la visita, sobre todo a las familias con hijos y los colegios de la zona. Este proyecto ha sido ampliamente difundido en los medios de comunicación nacionales, por lo que se ha convertido en una importante atracción turística de la región. Incluso los hoteles locales adquieren paquetes de entradas, que ofrecen gratuitamente a sus clientes para que visiten la lonja. La cofradía tiene previsto expandir estas visitas guiadas en el futuro mediante la organización de excursiones en barcos de pesca para los turistas.

FLAG DE NAVIA-PORCÍA, ESPAÑA

Resultados (después de 6 meses):

- > Un total de 600 visitantes durante los meses de julio y agosto
- > Se han generado 4 000 euros de ingresos
- > Alrededor del 25% de los visitantes son niños

Coste total: 135 400 €

Eje 4 del FEP: 101 550 €

Promotor del proyecto:

Cofradía de pescadores
«Nuestra Señora de la Atalaya»
www.naviaporcia.com

STAND 18



Promoción del pescado fresco: festival, campaña y seminarios

El FLAG chipriota de Larnaca y Famagusta deseaba promover el pescado fresco, para lo cual organizó eventos y actividades promocionales que llegasen a miles de personas y las animasen a comprar y degustar productos de la pesca y la acuicultura locales.



El objetivo del proyecto era lograr que los habitantes conocieran mejor la disponibilidad y el valor nutricional del pescado. Lo primero fue organizar un festival pesquero en Protaras, cuyos buenos resultados ayudaron a mejorar la imagen del pescado, así como del patrimonio y las actividades de pesca local. En una segunda iniciativa se organizó una campaña promocional dedicada a la pesca y la acuicultura, que incluía el empla-

zamiento de señales en las autopistas y otros muchos anuncios en medios de comunicación e internet. La última actividad promocional emprendida incluía la celebración de seminarios específicos sobre la pesca, en los que se abordaban asuntos como la biología marina, la pesca y la acuicultura en Chipre, o los criterios que determinan el valor nutricional y la frescura del pescado. Estos seminarios estaban dirigidos a estudiantes de secundaria, y contaron con la participación de más de cuatrocientas personas.

FLAG DE LARNACA Y FAMAGUSTA, CHIPRE

Resultados (después de 18 meses):

- > 7 000 visitantes asistieron al festival pesquero de Protaras
- > 400 personas participaron en los seminarios sobre pesca y acuicultura
- > Se han abierto dos nuevos mercados pesqueros en la zona

Coste total: 110 000 €

Eje 4 del FEP: 50 000 €

Promotor del proyecto:

FLAG de Larnaca y Famagusta
www.anetel.com

STAND 19



Gastronomía para chefs: cursos sobre platos de pescado

La ayuda brindada por este FLAG búlgaro para contar con chefs mejor cualificados ha contribuido a incrementar el consumo del pescado local y el número de turistas en la zona de pesca de alta montaña conocida con el nombre de «Dospat, el reino de la trucha».



La localidad de Dospat se encuentra en las altas montañas occidentales de Ródope y debe su fama a sus lagos de agua dulce y a la trucha balcánica silvestre, aunque la acuicultura truchera también está muy desarrollada. Algunos profesores de la escuela regional de cocina profesional *Vasil Levski* se dieron cuenta de que el consumo de pescado era algo poco común en esta zona. Por ello, pensaron que una mayor oferta de platos

de pescado saludables y presentados de manera atractiva podría ayudar a cambiar los hábitos y costumbres locales. Mediante la formación de chefs locales pretendieron mejorar esta percepción por parte de los habitantes, los productores de truchas, los restaurantes y los turistas. Entre las acciones emprendidas destacan la concesión de una cualificación profesional para la preparación de platos de pescado, la recopilación de recetas de cocina nacionales y extranjeras y la edición de un libro de cocina. Asimismo, se organizó para la comunidad local una exposición de platos de pescado cocinados por los alumnos asistentes a los cursos.

FLAG DE HWR BATAK-DEVIN-DOSPAT, BULGARIA

Resultados (después de 10 meses):

- > 30 profesionales formados en la preparación de platos de pescado saludables
- > Creación de cinco puestos de trabajo permanentes y diez nuevos empleos estacionales en restaurantes locales.
- > Distribución de un libro con recetas de pescado locales

Coste total: 14 192 €

Eje 4 del FEP: 10 644 €

Promotor del proyecto:

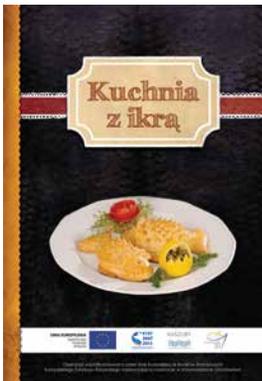
Escuela de cocina *Vasil Levski*
www.pgdospat.com

STAND 20a



Gastronomía para chefs: cursos sobre platos de pescado

Los cursos impartidos sobre cómo se captura y transforma el pescado y cómo se preparan platos de pescado regionales sirvió para ayudar a sesenta alumnos y profesores de escuelas de gastronomía polacas a conocer el potencial del pescado como alimento de calidad.



El índice de consumo de pescado en Polonia es uno de los más bajos de Europa, debido principalmente a que se considera poco atractivo y difícil de cocinar, y en especial las especies locales. Por ello, dos FLAG, en colaboración con seis escuelas de gastronomía, organizaron cursos de formación para alumnos y profesores a fin de explicarles el proceso de captura y transformación del pescado. En el proyecto se incluían la visita a una fábrica de transformación pesquera y un curso intensivo de 72 horas de duración impartido por chefs con gran experiencia en la preparación de platos de pescado atractivos.

FLAG DE CASUBIA Y FLAG DE CASUBIA DEL NORTE, POLONIA

Resultados (después de 6 meses):

- > Participación de 60 alumnos de gastronomía
- > Los alumnos y profesores modificaron su actitud con respecto a los platos de pescado
- > Un libro de recetas basado en pescados y tradiciones culinarias regionales

Coste total: 37 730 €

Eje 4 del FEP: 28 302 €

Promotor del proyecto:

FLAG de Casubia y FLAG de Casubia del norte

<http://www.lgrkaszuby.pl>

<http://www.plgr.pl>

STAND 20b



Responsable social del marisco: acercamiento al sector pesquero

Una combinación de compromiso individual con empresas locales e industrias pesqueras inglesas, de acercamiento mutuo y de asesoramiento empresarial ha logrado incrementar el abastecimiento de pescado local en el mercado de Devon del norte.



Este proyecto de tres años de duración ha nombrado a un responsable especializado sobre el terrero con objeto de animar, relacionar y promover contactos entre el sector pesquero, restaurantes, minoristas y la comunidad local. Mediante el acercamiento de las empresas interesadas y el establecimiento de nuevos contactos se ha ayudado a desarrollar la cadena de suministro local, aumentando la presencia del pescado desembarcado en las proximidades del mercado local. También se han organizado nuevos eventos centrados en el pescado, el marisco y el entorno y patrimonio marinos. El proyecto incluye apoyo en materia de marketing y patrocinio, a fin de promover las capturas locales y valorizar más el patrimonio pesquero y marisquero de la zona. Por último, también contiene un importante elemento de apoyo formativo y empresarial con el ánimo de llevar las ideas a la práctica. Así, cabe destacar las siguientes iniciativas nuevas derivadas de este proyecto: la creación de una marisquería denominada «La ostra maravillosa», el vendedor callejero denominado «Alimentación Lobo de Mar», y la «Cocina Pez Luna», que ofrece cestas de marisco de alta cocina y cajas de pescado para barbacoa.

Este proyecto de tres años de duración ha nombrado a un responsable especializado sobre el terrero con objeto de animar, relacionar y promover contactos entre el sector pesquero, restaurantes, minoristas y la comunidad local. Mediante el acercamiento de las empresas interesadas y el establecimiento de nuevos contactos se ha ayudado a desarrollar la cadena de suministro local, aumentando la presencia del pescado desembarcado en las proximidades del mercado local. También se han organizado nuevos eventos centrados en el pescado, el marisco y el entorno y patrimonio marinos. El proyecto incluye apoyo en materia de marketing y patrocinio, a fin de promover las capturas locales y valorizar más el patrimonio pesquero y marisquero de la zona. Por último, también contiene un importante elemento de apoyo formativo y empresarial con el ánimo de llevar las ideas a la práctica. Así, cabe destacar las siguientes iniciativas nuevas derivadas de este proyecto: la creación de una marisquería denominada «La ostra maravillosa», el vendedor callejero denominado «Alimentación Lobo de Mar», y la «Cocina Pez Luna», que ofrece cestas de marisco de alta cocina y cajas de pescado para barbacoa.

FLAG DE DEVON DEL NORTE, REINO UNIDO

Resultados (después de 16 meses):

- > Creación de dos puestos de trabajo a tiempo parcial, uno a tiempo completo y dos empleos estacionales.
- > Se han mantenido dos empleos a tiempo completo
- > Se han constituido dos nuevas sociedades
- > Se han creado cuatro nuevos productos

Coste total: 152 280 €

Eje 4 del FEP: 57 100 €

Promotor del proyecto:

Devon del norte
www.ndflag.co.uk

STAND 21

Click to play!



Las leyendas de Kitka: un videojuego sobre la pesca

En 2013, el corégono blanco denominado «Kitkan viisas» fue añadido al programa europeo de productos alimenticios con denominación de origen protegida (DOP), de modo que este diminuto pez se ha convertido en un valorado y deseado manjar. Además, ahora es el personaje principal de un videojuego disponible en internet y telefonía móvil.



FLAG DE KAINUU KOILLISMAA, FINLANDIA

Resultados (después de 12 meses):

- > Creación y lanzamiento comercial de un nuevo videojuego de pesca multilingüe
- > Alrededor de 1 300 descargas en Android durante el primer mes
- > Alrededor de 800 jugadores (en tres idiomas) de la versión web del juego durante el primer mes

Coste total: 22 225 € (para el videojuego)

Eje 4 del FEP: 9 200 €

Promotor del proyecto:

Naturpolis
www.naturpolis.fi



En paralelo con una campaña general de comunicación y de desarrollo de productos destinada a promover este pescado con denominación de origen protegida, el FLAG se asoció con pescadores locales y una joven empresa local de videojuegos con el fin de crear una multiplataforma y un juego multilingüe. El nuevo juego, denominado «La leyenda de Kitkan viisas» (disponible para teléfonos con sistema Android y acceso a internet)

viste a los jugadores con las botas de un pescador finlandés dedicado a explorar los lagos de la zona del FLAG, Kainuu Koillismaa. De este modo, se aprende a conocer las especies locales, cómo vender las capturas y cómo buscar nuevos lugares de pesca. Este videojuego es parte de una campaña promocional interactiva del principal manjar pesquero de la zona, el corégono Kitkan viisas. El juego es muy sencillo, contiene atractivos gráficos y es un divertido medio de concienciación para niños y padres. Además de en finés, el juego está disponible en inglés y ruso, ya que se promueve en oficinas de turismo y hoteles de la zona, a la que acuden todos los años alrededor de un millón de turistas, muchos de ellos para pescar con caña.

STAND 22

Vincular la pesca con el turismo



Muchos FLAG están ubicados en atractivas zonas costeras, por lo que a menudo el turismo se encuentra entre las primeras opciones a la hora de buscar fuentes alternativas de ingresos y empleo. Además, constituye una manera de abrir nuevos mercados a los productos de pesca locales y mejorar la visibilidad

y el reconocimiento del papel del sector en la zona de que se trate. Por otro lado, la creciente tendencia a conocer nuevas y «auténticas» experiencias y gastronomías, ha facilitado la creación por parte de muchos FLAG de vínculos entre la pesca y el sector turístico, promocionando el patrimonio pesquero de la zona. En muchos casos, los pescadores participan directamente en la oferta de productos y servicios a los turistas, y, en otros, se benefician indirectamente de las ofertas.

Los proyectos mencionados en el presente apartado ponen de relieve los elementos clave necesarios para lograr el éxito de un turismo asociado a la pesca. Entre las actividades expuestas destacan las siguientes: excursiones para ver cómo trabajan los pescadores y los productores acuícolas, un centro para la pesca con caña abastecido con peces capturados por los pescadores locales, visitas guiadas a instalaciones de cultivo de carpas, un restaurante de pescado creado por pescadores locales o alojamiento con desayuno incluido en la casa de una familia de pescadores. También se incluye un ejemplo sobre cómo el patrimonio pesquero de una zona puede agruparse y combinarse con otros valores locales con el propósito de ofrecer un paquete turístico atractivo a los visitantes. Algunos de los principales factores de éxito de estos proyectos son la implicación directa de los pescadores, la formación, la coordinación con profesionales turísticos locales y la promoción comercial efectiva.



Pescaturismo: conocer y disfrutar de la pesca y la acuicultura

Un organismo intermunicipal francés ha agrupado a pescadores, cultivadores de marisco y operadores turísticos de la bahía de Arcachón con el fin de valorizar y promocionar actividades y productos de pesca y acuicultura en forma de nuevas ofertas de turismo ecológico, que también se utilizan para ayudar a dar categoría de marca a la identidad de la zona.



FLAG DE ARCACHÓN, FRANCIA

Resultados (después de 5 años):

- > Declaración de principios sobre la calidad del turismo de pesca
- > Once pescadores y catorce productores de ostras han diversificado sus actividades hacia el turismo
- > 1 400 turistas han participado en actividades de pescaturismo de 2010 a 2013, y 1 159 en 2014

Coste total: 39 564 €

Eje 4 del FEP: 17 715 €

Promotor del proyecto:

Sindicato Intermunicipal de la Cuenca de Arcachón (SIBA)
www.bassin-arcachon.com/route-huitre-et-patrimoine-maritime



Este proyecto ha situado las actividades de pesca y acuicultura locales en el núcleo de una oferta turística responsable, que ha generado en el sector fuentes de ingresos complementarias y el reconocimiento de la contribución vital que el sector aporta al territorio. Por medio de varios grupos de trabajo formados por miembros de los comités de pesca y marisquero y de las administraciones públicas, el proyecto ha financiado el

desarrollo y la puesta en práctica de actividades de turismo de pesca. Asimismo, se ha elaborado una declaración de principios sobre la calidad, a fin de garantizar una oferta coherente y de calidad en toda la zona. Esta labor ha estado acompañada de la elaboración y difusión de materiales promocionales con una imagen común. También se ha ofrecido apoyo directo a los pescadores y productores acuícolas en forma de cursos de formación para que comiencen a aceptar a los turistas a bordo de sus embarcaciones.

STAND 23



«Suelta y captura»: actividades de pesca recreativa

La oferta de pesca recreativa denominada «Suelta y captura» proporciona a familias y grupos de amigos un modo fácil para conocer y disfrutar de la pesca marítima en Dinamarca en un entorno seguro y accesible, en el que, además, las capturas están garantizadas. Esta innovadora actividad ha incrementado las ofertas turísticas de la zona y ha creado un nuevo mercado para el pescado local gracias a la colaboración excepcional entre un acuario local, una pescadería y los pescadores locales.



Una parte de la costa afectada por este proyecto ha sido acotada y abastecida continuamente con peces vivos capturados localmente, como sollas, rodaballos y bacalaos, para su uso en pesca recreativa. Los tres socios del proyecto, un operador turístico, pescadores locales que suministran los peces vivos y una pescadería, han logrado diversificar sus ingresos mediante la venta de entradas de pesca, aparejos de pesca y cebos, así como de refrescos y comidas para picar. Entre los diversos servicios ofrecidos en la playa se incluyen una pequeña casa de campo, mesas, depósitos de basura y bancos donde los visitantes pueden sentarse y descansar. Además, cuando las capturas son escasas, las familias tienen pescado garantizado para la cena, ya que pueden dirigirse a la pescadería local y conseguir una solla gratuita por cada persona con entrada al recinto.



FLAG DE JUTLANDIA OCCIDENTAL: DINAMARCA

Resultados (después de 6 meses):

- > Alrededor de mil visitantes entre agosto y diciembre de 2013
- > Nuevo canal de ventas para los pescadores profesionales locales que suministran los peces vivos
- > Nuevos consumidores en la pescadería local

Coste total: 26 000 €

Eje 4 del FEP: 5 000 €

Promotor del proyecto:

Michael Madsen

www.saltvandspunttake.dk

STAND 24



Turismo relacionado con la carpa: visitas guiadas por expertos

La región francona de Karpfenland Aischgrund en Alemania ha recurrido al Eje 4 con el objeto de agrupar a alrededor de mil productores de carpa en una acción concertada, concebida para desarrollar y promover el turismo de la carpa en esta zona. De este modo, se han creado un centro de información y múltiples actividades, y se han formado cincuenta guías turísticos especializados en la carpa.



FLAG DE AISCHGRÜNDER KARPFEN, ALEMANIA

Resultados (después de 4 meses):

- > Creación de un centro de información turística para promover el turismo de la carpa
- > Formación de 50 guías especializados en la carpa
- > Incremento del turismo de la carpa y mayor concienciación del consumidor
- > Aumento de los ingresos de restaurantes con el certificado de calidad

Coste total: 205 020 €

Eje 4 del FEP: 82 008 €

Promotor del proyecto:

Karpfenland Travel
www.karpfenland-travel.com



La región de *Karpfenland Aischgrund* cuenta con una larga tradición en la cría de carpas. En torno a mil acuicultores se dedican a la cría de la famosa carpa de *Aischgrund*, para lo cual utilizan métodos tradicionales en más de 7 000 estanques distribuidos por toda la región. En enero de 2013, el alcalde local y Presidente de la asociación regional *Karpfenland Aischgrund E.V.* ideó la posibilidad de abrir una oficina turística para promover el turismo de la carpa.

De esta forma se constituyó *Karpfenland Travel* y se ofrecieron cursos a los acuicultores de esta especie a fin de que acompañaran a los turistas en visitas guiadas a los numerosos estanques, excursiones en autobús y visitas al museo local de la carpa. Estas actividades turísticas se ofrecen en paralelo a otras de mayor alcance, como excursiones en bicicleta y visitas guiadas a lugares de interés de la ciudad. También se han elaborado materiales promocionales, como folletos, una página web en varios idiomas, una página en *Facebook* y un canal en *Youtube*, que contribuyen a que el turismo de la carpa sea uno de los componentes turísticos fundamentales de la región. En la actualidad muchos acuicultores han diversificado e incrementado sus ingresos tras convertirse en guías turísticos especializados en esta especie.

STAND 25



Restaurante de las olas: creado por un pescador

Un pescador de bajura griego ha abierto un restaurante a fin de complementar sus ingresos durante los meses estivales y servir pescado recién capturado.



FLAG DEL DODECANESO, GRECIA

Resultados (después de un año):

- > Se ha creado el nuevo restaurante «Kilómetro cero» y se ha emprendido una nueva actividad económica
- > 35% de incremento de los ingresos anuales y 70% durante los meses de verano
- > Se han creado tres puestos de trabajo estacionales a tiempo completo

Coste total: 60 941 €

Eje 4 del FEP: 26 327 €

Promotor del proyecto:

el pescador Kostas Pizanias
www.tokyma-kalymnos.gr



Con el objetivo de facilitar la reproducción de los peces, una gran parte de las aguas de pesca de la isla de Kálimnos se acota durante los meses de verano. Así, durante ese período la pesca se reduce enormemente, al igual que los ingresos de los pescadores. Por ello, Kostas Pizanias decidió aprovechar esta oportunidad para recurrir a la ayuda del Eje 4 con el ánimo de crear una nueva actividad que complementase sus ingresos durante el verano, de modo que transformó un edificio frente al mar que poseía en el pequeño pueblo pesquero de Emporio en un restaurante de pescado perfectamente equipado, y puso en marcha diversas actividades promocionales y publicitarias. En la actualidad en este restaurante trabajan Kostas y otros dos empleados durante el verano, lo que le permite vender sus reducidas capturas a los clientes del restaurante, así como ofrecer vistas al mar y disfrutar de las olas. La totalidad del pescado servido en el restaurante es de origen local y el 80% es capturado por Kostas.

La totalidad del pescado servido en el restaurante es de origen local y el 80% es capturado por Kostas.

STAND 26



Hostal de pescador: alojamiento y desayuno en casa de una familia pesquera

Ecaterina Epifan, esposa de un pescador, acondicionó su casa para ofrecer alojamiento a fin de complementar sus ingresos y atraer a más turistas al pueblo pesquero de Mila 23.



Con el propósito de diversificar las actividades económicas familiares, Ecaterina empezó a ofrecer alojamiento turístico en su casa, así como a servir pescado fresco capturado por su marido en la localidad de Mila 23, en el delta del Danubio. Al principio, la actividad estaba dirigida a miembros de la familia y amigos cercanos, pero como éstos regresaban todos los años y animaban a otros a hacer lo mismo, al final la casa era insuficiente

para satisfacer la demanda. Por ello, Ecaterina aprovechó la oportunidad de crear un negocio, apoyándose en el potencial que le ofrecía el pujante turismo local. Así, pidió ayuda al FLAG para expandir su actividad y responder a la creciente demanda de visitantes del delta del Danubio. El proyecto incluía la ampliación de las instalaciones para albergar a turistas de manera profesional, mediante la construcción de siete nuevas habitaciones, una gran terraza y un comedor con capacidad para veinte comensales.



FLAG DE TULCEA, RUMANÍA

Resultados

(previstos durante el primer año):

- > Creación de dos nuevos puestos de trabajo
- > De 1000 a 1500 clientes al año

Coste total: 215 021 €

Eje 4 del FEP: 96 759 €

Promotor del proyecto:

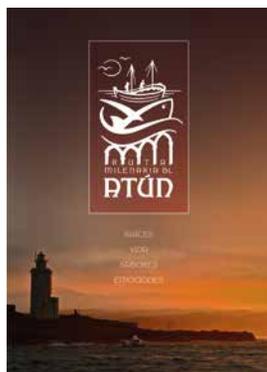
P.F.A. Epifan Ecaterina

STAND 27



Ruta milenaria del atún: oferta del patrimonio turístico

Más de cien empresas locales (de pesca y transformación, restaurantes y operadores turísticos), así como dos parques naturales, se han asociado con el fin de crear diversas ofertas turísticas en la costa del Estrecho de Cádiz.



Debido a la elevada tasa de desempleo de la zona y a los problemas del sector pesquero, el FLAG del Estrecho de Cádiz ha destinado fondos a la promoción de su patrimonio pesquero, en particular de la pesca tradicional de atunes (almadraba, según el árabe hispano), por medio de un punto de venta excepcional, a fin de atraer a un turismo de calidad fuera de temporada alta. Para ello, ha colaborado con cofradías pesqueras, lonjas de subastas y empresas transformadoras locales con el objeto de organizar visitas turísticas guiadas y talleres sobre estas actividades tra-

dicionales, así como de agruparlos y promoverlos como parte de una oferta global de actividades turísticas, parques naturales y eventos culturales y gastronómicos. También se ha creado una página web para presentar esta amplia oferta turística del Estrecho de Cádiz, en la cual han participado operadores locales e internacionales con el fin de descubrir y promover la denominada ruta milenaria del atún.

FLAG DEL ESTRECHO DE CÁDIZ, ESPAÑA

Resultados (después de 2 años):

- > Participación de más de cien empresas
- > Creación de cinco nuevos productos
- > Creación de cuatro puestos de trabajo
- > Generación de más de 200 000 euros de ingresos

Coste total: 389 240 €

Eje 4 del FEP: 291 930 €

Promotor del proyecto:

FLAG del Estrecho de Cádiz
www.rutamilenariadelatun.com

STAND 28

Crear nuevas actividades derivadas de la pesca



El reto de crear empleo y encontrar nuevas fuentes de ingresos sostenibles para las comunidades pesqueras no puede ser afrontado solo por medio de actividades de pesca. Aunque muchas zonas pesqueras han decidido aprovechar las oportunidades brindadas por el denominado «crecimiento azul», como el

potencial turístico de sus zonas (véase el apartado 5 sobre «Vincular la pesca con el turismo»), algunos FLAG han descubierto otras oportunidades de generar fuentes alternativas de ingresos en las comunidades pesqueras y de mantener la viabilidad de sus economías locales.

La innovación constituye una importante herramienta, que puede ser eficazmente utilizada por las comunidades pesqueras y costeras de Europa a través del apoyo brindado por el conocimiento de los FLAG y sus incentivos de financiación. Los resultados de estos proyectos no solo pueden crear y mantener puestos de trabajo, sino también inspirar a otros para aventurarse en ámbitos innovadores, y así ayudar aún más a reforzar la viabilidad y la sostenibilidad económicas a largo plazo de las comunidades costeras.

Las actividades de diversificación financiadas por los FLAG pueden ser iniciadas por representantes del sector de la pesca, así como por otros agentes interesados, como las pequeñas y medianas empresas locales. El desafío principal al que se enfrentan es asegurar que la comunidad pesquera pueda beneficiarse de las inversiones. Los proyectos financiados por los FLAG a menudo vinculan competencias tradicionales con industrias modernas que buscan nuevos mercados. En los proyectos expuestos en este apartado se incluyen la fabricación y reparación de redes de pesca, que puede ser el punto de partida para una gama más amplia de productos, la creación de un taller de reparación de barcos y la extracción de arena para la producción de marisco.



Fabricación de artes de pesca: diversificar actividades y mercados

El apoyo financiero brindado por el Eje 4 ayudó a un pescador de la isla estona de Hiiumaa a diversificar sus actividades fuera de la temporada de pesca y dedicarse a la fabricación de artes de pesca y redes multiuso.



Imre Kivi, pescador de la pequeña isla de Hiiumaa, decidió diversificar sus actividades e incrementar sus ingresos mediante la constitución de una nueva e innovadora empresa dedicada a la fabricación de productos relacionados con redes. La idea de este proyecto también incluía la prestación de servicios asociados a los aparejos de pesca profesionales y deportivos. Así, el Eje 4 cofinanció la renovación y el equipamiento de

una vieja cabaña que fue transformada en una moderna instalación con abastecimiento energético de bajo coste, adecuado para la producción de artes de pesca. Además de redes de trampa, redes de enmalle, redes de arrastre, equipos acuícolas y banderas de señalización para la pesca, la empresa también fabrica otros productos relacionados con las redes, como redes trepadoras para parques infantiles, redes para porterías de fútbol y cabos para remolque. Esta inversión ha permitido el establecimiento de una nueva actividad durante todo el año y la creación de 4.5 puestos de trabajo a tiempo completo para personas de la isla.

FLAG DE HIIUKALA, ESTONIA

- Resultados** (después de 3 años):
- > Nueva actividad económica puesta en marcha con productos vendidos en el mercado nacional y en Finlandia
 - > Creación de 4.5 nuevos puestos de trabajo a tiempo completo

Coste total: 90 474 €

Eje 4 del FEP: 47 500 €

Promotor del proyecto:

FIE Imre Kivi

www.stonefish.ee

STAND 29



Diversificación de la reparación de redes: accesorios de pesca deportiva y tienda de productos artesanales

La asistencia técnica y el apoyo financiero prestados por un FLAG ayudaron a dos reparadoras de redes asturianas a diversificar sus actividades tradicionales de reparación de redes y expandirse en nuevos mercados de formación y turismo.



Teté y Margarita, dos reparadoras locales de redes de dilatada experiencia, llevaban a cabo sus actividades en unas viejas instalaciones en malas condiciones. Además, los ingresos proporcionados por este trabajo eran cada vez más reducidos. Sin embargo, gracias a la ayuda del FLAG, han conseguido renovar sus instalaciones y encontrar una nueva fuente de ingresos mediante la apertura de una tienda de productos artesanales

en la que se venden recuerdos y materiales de pesca deportiva para los turistas. Ambas mujeres también fabrican a mano y venden otros productos de artesanía, como alfombras, broches, redes de fútbol y manteles individuales. Además, con el fin de preservar la actividad de reparación de redes, han organizado cursos de formación ideados para interesar a los jóvenes en los secretos y las técnicas que sustentan esta actividad tradicional. Aparte de los cursos, se organizan visitas de turistas al establecimiento durante las que se explica su trabajo.

FLAG DE LA SIDRA, ESPAÑA

Resultados (después de 7 meses):

- > 300 clientes durante el verano y otros 120 durante los cuatro meses restantes
- > 400 turistas participantes en las visitas guiadas
- > 17 participantes en los cursos de reparación de redes

Coste total: 17 485 €

Eje 4 del FEP: 6 701,43 €

Promotor del proyecto:

Equipo A.T., C.B.

www.mancosi.es

STAND 30



Taller de reparación de embarcaciones: apoyo a nuevas actividades pesqueras y navales

La ayuda brindada por el FLAG a un emprendedor de la ciudad pesquera de Ustka, en Polonia, ha permitido crear puestos de trabajo, ha facilitado el trabajo de los pescadores locales y les ha ayudado a diversificar sus actividades en el campo del turismo.



Una PYME local recibió fondos para adquirir equipamientos que le permitiesen renovar barcos pesqueros en una zona en la que hay tres puertos, pero ningún centro de reparación. Además de renovar los viejos buques pesqueros, la empresa también está preparada para adaptarlos a actividades turísticas, así como para diseñar y construir nuevas embarcaciones especiales para el ocio y el turismo. Estas actividades innovadoras en la zona han logrado reducir los costes y mejorar la calidad de vida de los pescadores locales, ya que ahora no tienen que transportar sus barcos a talleres alejados. Asimismo, han capacitado a los pescadores para emprender nuevas actividades en sus embarcaciones, como visitas guiadas y excursiones de pesca con caña.

Una PYME local recibió fondos para adquirir equipamientos que le permitiesen renovar barcos pesqueros en una zona en la que hay tres puertos, pero ningún centro de reparación. Además de renovar los viejos buques pesqueros, la empresa también está preparada para adaptarlos a actividades turísticas, así como para diseñar y construir nuevas embarcaciones especiales para el ocio y el turismo. Estas actividades innovadoras en la zona han logrado reducir los costes y mejorar la calidad de vida de los pescadores locales, ya que ahora no tienen que transportar sus barcos a talleres alejados. Asimismo, han capacitado a los pescadores para emprender nuevas actividades en sus embarcaciones, como visitas guiadas y excursiones de pesca con caña.

FLAG DE SLOWINSKA, POLONIA

Resultados (después de alrededor de 8 meses):

- > Se han salvaguardado 6 puestos de trabajo en la PYME ya existente
- > Se han creado 3 nuevos empleos, entre los que se incluye el correspondiente a un pescador
- > 8 clientes atendidos en el taller de reparación de embarcaciones

Coste total: 150 110 €

Eje 4 del FEP: 64 770 €

Promotor del proyecto:

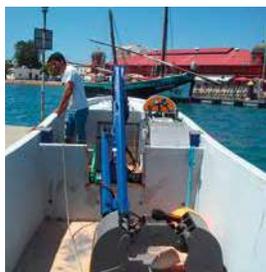
Arkadiusz Siekierzycki
www.sgr.org.pl

STAND 31



Extracción y transporte de arena: prestación de servicios para la producción de marisco

Nuno Russo proviene de una familia de productores de marisco portugueses de Ría Formosa, en el Algarve. El Eje 4 ha permitido a Nuno y a su familia diversificar su negocio y prestar un nuevo servicio a otros productores de la zona.



Al igual que ocurre con los cultivos terrestres, el método tradicional de cultivar berberechos en Ría Formosa exige procesos de renovación del terreno pacientes y precisos, para así proporcionar un sustrato con una estructura y una composición perfectos para que crezcan los berberechos. Para lograrlo, los acuicultores deben mezclar arena y gravilla en proporciones exactas, por lo que de vez en cuando tienen que añadir una u otra, lo

cual requiere largas y pesadas operaciones de extracción y transporte. Con el ánimo de transformar este reto en una oportunidad, Nuno Russo decidió diseñar un barco especialmente adaptado, dotado de una grúa y una gabarra de transporte, que facilitan las operaciones de producción. Esto le ha permitido poner en marcha un nuevo negocio de extracción y transporte de arena para otros productores de la zona, que ahora se benefician de este nuevo servicio, que representa una fuente innovadora de ingresos para Nuno.

FLAG DE SOTAVENTO, PORTUGAL

Resultados (después de 5 meses):

- > Creación y explotación de un nuevo servicio
- > Se han mantenido 2 puestos de trabajo a tiempo completo
- > Se han conseguido 6 clientes

Coste total: 62 263 €

Eje 4 del FEP: 37 358 €

Promotor del proyecto:

Nuno Russo, productor de marisco
www.gacsotavento.com

STAND 32

Promover el atractivo de las zonas pesqueras



Una de las prioridades de muchos FLAG es mejorar el atractivo de las zonas pesqueras (para trabajar y para disfrutar del ocio y del turismo), así como la calidad de vida en dichas comunidades. Esto es lo que ocurre en las zonas más remotas y menos desarrolladas, que pueden intentar asegurar que sus productos y servicios sean competitivos y que sus comunidades sigan siendo viables.

En otras zonas que han experimentado un desarrollo muy acusado, los puertos pesqueros y las infraestructuras a veces se han deteriorado, por lo que los habitantes que dependen de ellos se han visto excluidos del desarrollo económico general. A menudo, dar respuesta a todas estas cuestiones exige una considerable inversión en infraestructuras materiales o sociales. No obstante, si se efectúan en conjunción con una ayuda específica al desarrollo empresarial y a la creación de empleo, estas inversiones pueden promover el atractivo de las zonas de pesca y evitar que se produzca el declive de la población, así como salvaguardar un futuro viable en la zona.

Los proyectos incluidos en el presente apartado hacen referencia a inversiones destinadas a restaurar una grada marítima (para mantener así la viabilidad económica en una pequeña isla), a la modernización de un puerto pesquero (para mejorar las instalaciones usadas por los pescadores y las actividades marítimas), a la realización de eventos periódicos con el fin de devolver la tradición pesquera de una localidad al puerto local, o la aplicación de un método innovador de obtención de fondos para la construcción de infraestructuras locales. El éxito de estos proyectos depende básicamente del firme apoyo de la comunidad local y de la realización de una inversión que no es un fin en sí misma, sino algo que puede impulsar otros procesos de desarrollo.



Renovación del puerto de Oiu: promover el atractivo para vivir y trabajar allí

La financiación aportada por el Eje 4 en Estonia ha contribuido al desarrollo del puerto de Oiu, que se ha convertido en el primer puerto del lago Võrtsjärv dotado de todos los servicios necesarios para la pesca, lo cual le hace aún más atractivo para otras actividades económicas.



FLAG DEL LAGO VÕRTSJÄRV, ESTONIA

Resultados (después de 7 meses):

- > Veinte pescadores de todo el lago utilizan ahora las infraestructuras de este puerto
- > Se han creado cuatro nuevas empresas en torno al puerto: restaurante, construcción de barcos y taller de productos de la pesca, hostel, y venta y alquiler de embarcaciones

Coste total: 128 900 €

Eje 4 del FEP: 77 340 €

Promotor del proyecto:

Club náutico de Oiu
www.oiusadam.ee



Oiu es una pequeña localidad pesquera situada en la parte norte del lago Võrtsjärv, en la que viven unos veinte pescadores profesionales. Debido a la falta de infraestructuras y servicios en el lago, las condiciones de trabajo de los pescadores eran muy difíciles. La mejora e instalación de las infraestructuras necesarias parecían ser las soluciones obvias para ayudar a los pescadores profesionales y la comunidad local. Este proyecto fue

propuesto por los propios pescadores, de modo que las nuevas y modernas instalaciones han mejorado su calidad de vida y la de la comunidad a la que pertenecen. Así, por ejemplo, la construcción de una nueva estación de servicio con fondos aportados por el proyecto permite que los pescadores y otros usuarios de embarcaciones no tengan ya que desplazarse a otra localidad para comprar el combustible en bidones. La conversión del puerto en un moderno centro también contribuye a atraer nuevas actividades, de modo que beneficia al turismo y al sector servicios.

STAND 33



Grada marítima de InisLyre: vida sostenible en una pequeña isla

La inversión del FLAG en la rehabilitación de una grada marítima ha permitido que su propietario permanezca en la bahía de Clew en Irlanda y que la vida sea más sostenible para su familia.



Restablecer el uso de la grada marítima en la isla de tres habitantes de Inislyre ha proporcionado nuevas capacidades en una zona remota. La grada alternativa más próxima se encuentra en Rosmoney y tenía una capacidad limitada a una sola embarcación, por lo que era fácil que no hubiera espacio suficiente. La rehabilitación de la grada privada objeto de este proyecto le permite ser alquilada hasta a tres embarcaciones al mismo

tiempo. Así, los propietarios de barcos pueden utilizar esta instalación para llevar a cabo inspecciones del casco y actividades de mantenimiento y reparación. De este modo, se evita que buques comerciales y de ocio tengan que recorrer largas distancias para encontrar alternativas de calidad similar y también ha permitido que se desarrollen nuevas actividades económicas.

FLAG DEL NOROESTE, IRLANDA

Resultados (después de 12 meses):

- > Se ha mantenido un puesto de trabajo a tiempo completo
- > Se han creado tres nuevos servicios: limpieza de casco, reparaciones y pintura
- > Seis barcos han utilizado los servicios abiertos en 2014
- > A consecuencia del proyecto se han generado unos ingresos adicionales de 4950 euros durante el primer año completo de explotación

Coste total: 7 586 €

Eje 4 del FEP: 1 517 €

Promotor del proyecto:

Joachim Gibbons

STAND 34



Puerto familiar: una localidad en la que los pescadores viven, trabajan y tienen esperanzas

Simrishamn es una pintoresca ciudad sueca en la costa del mar Báltico con una rica tradición pesquera. Sin embargo, el sector local de la pesca había ido perdiendo importancia desde los años 80 tras sufrir diversas crisis, de modo que los pescadores perdieron importancia y visibilidad en la zona. Ahora bien, el Eje 4 les ha ayudado a rehabilitar su función social y ha promovido el atractivo de la localidad para los visitantes.



FLAG DEL BÁLTICO MERIDIONAL, SUECIA

Resultados (después de tres festivales anuales):

- > 14 000 personas han asistido al festival
- > Han aumentado los ingresos de los pescadores participantes en el festival
- > Ha aumentado el interés público y la implicación de las ONG en el sector pesquero local
- > Comercialización de especies tradicionales ausentes del mercado

Coste total (2013): 75 000 €

Eje 4 del FEP: 37 500 €

Promotor del proyecto:

FLAG del Báltico meridional
www.southbalticflag.se



Con el objeto de romper el círculo vicioso de «cuantos menos barcos, menor atención», los pescadores locales decidieron buscar «más visibilidad para atraer más interés». Por ello, se recurrió al Eje 4 para concebir y dirigir un festival en el puerto, que agrupaba a las partes interesadas en torno al patrimonio pesquero de la comunidad. En el festival se incluyó la venta directa de pescado local (incluso especies anteriormente

menospreciadas), clases públicas de cocina, actividades para niños, sesiones de «casco abierto» para el público y visitas a los barcos de pesca locales. Este evento tuvo tanto éxito que al año siguiente se amplió y después se convirtió en un acontecimiento anual de dos semanas de duración. Así, se ha logrado atraer la atención del público en general y ayudado a reconectar a los residentes y visitantes con la tradición pesquera de la zona y lograr que sea atractivo volver a trabajar en el sector para los pescadores de Simrishamn. Incluso se ha logrado convencer a la localidad para que reconsidere sus planes de convertir el histórico mercado pesquero del puerto en un hotel, de modo que vuelva a ser un mercado activo de pescado.

STAND 35



Puerto de Annan: financiación colectiva de infraestructuras comunitarias

El grupo de acción del puerto escocés de Annan ha utilizado con éxito mecanismos de financiación colectiva para cofinanciar mediante fondos del sector privado un proyecto de restauración promovido por el FLAG.



El objetivo del grupo de acción del puerto de Annan es hacer que éste se convierta en parte del patrimonio colectivo y promover actividades vinculadas al entorno marítimo. Este proyecto forma parte de varias iniciativas destinadas a impulsar la actividad económica restaurando las posibilidades que un puerto activo y dinámico puede aportar a la zona. Se ha prestado especial atención a las valiosas oportunidades derivadas del

turismo marítimo. Una importante actividad inicial ha implicado la eliminación del cieno del puerto, acumulado durante más de cincuenta años, y que impide el fácil acceso de embarcaciones de pesca y de ocio. El grupo de acción ha recurrido a la financiación colectiva a través de internet como innovadora forma de conseguir fondos de particulares. Su funcionamiento se basa en la solicitud de pequeñas donaciones a cambio de «recompensas», y proporciona amplios beneficios al demostrar el gran apoyo social al proyecto y al animar a pensar creativamente sobre cómo comunicarse y comprometerse localmente.

FLAG DE DUMFRIES Y GALLOWAY, REINO UNIDO

Resultados (después de 3 meses):

- > Se han conseguido 7624 euros de manera colectiva en 56 días
- > Aportaciones de 45 patrocinadores

Coste total: 55 007 €

Eje 4 del FEP: 14 290 €

Promotor del proyecto:

Grupo de acción del puerto de Annan

www.annanlive.co.uk

STAND 36

Invertir en las personas



Reforzar las capacidades y las competencias de los miembros de una comunidad local y ayudarlos a llevar sus ideas a la práctica constituye un importante factor de éxito en muchos de los proyectos financiados por el Eje 4 en la Unión Europea. Por ello, algunos proyectos de los FLAG están específicamente

centrados en las personas. En dichas actuaciones se reconoce que las personas son una parte fundamental de todo desarrollo local participativo de abajo a arriba, así como de un eficiente sector de la pesca, preparado para afrontar retos futuros.

En los ejemplos incluidos en el presente apartado se exponen las historias de una persona o grupo de personas, cuyas vidas se han visto modificadas a consecuencia de la ayuda de un FLAG. Los proyectos incluyen el caso de la hija de un pescador que aprende a dirigir el negocio de su padre, el de un grupo de jóvenes desempleados que aprenden nuevas competencias y encuentran oportunidades de trabajo en el sector pesquero, el de cómo el FEP ha ayudado a miembros de la comunidad pesquera (en especial, mujeres) animándolos y apoyándolos en la constitución de sus propias empresas, o el de cómo la confianza y la ayuda específicas del FLAG han permitido que un funcionario en paro cambie de profesión y siga su vocación en la acuicultura. Los elementos básicos del éxito de todas estas historias personales subrayan la importancia de combinar diferentes formas de ayuda (formación y asesoramiento en el trabajo y fuera de él, utilización de modelos de conducta y fomento de las relaciones sociales, o financiación de inversiones para llevar las ideas a la práctica) y adaptar dichas ayudas a las necesidades concretas de cada persona.



Programa de expertos para aprendices: apoyar la constitución de nuevas empresas por los jóvenes

Gracias a la combinación de un curso de aprendizaje para pescadores jóvenes y el apoyo financiero para mejorar un negocio local de pesca, la finlandesa Tanja, de 33 años de edad, se ha convertido en una pescadera de éxito mediante la venta directa de sus productos frescos y transformados a los consumidores.



FLAG DE FINLANDIA MERIDIONAL, FINLANDIA

Resultados de un participante
(después de 18 meses):

- > Se ha mantenido un negocio pesquero
- > La facturación de la empresa ha aumentado en un 50%
- > Se han creado dos puestos de trabajo a tiempo completo

Coste total: 49 000 €

Eje 4 del FEP: 18 963 €

Promotor del proyecto:

Nylands Fiskarförbund (sindicato regional de pesca)
www.akerfeltsfisk.fi



En la zona del FLAG de Finlandia meridional, a pesar de sus abundantes recursos, la oferta de pescado está lejos de satisfacer la demanda local. Además, alrededor del 65% de los pescadores tiene previsto jubilarse el año que viene. En este contexto, una prioridad consiste en atraer a los jóvenes a la pesca profesional. El proyecto de expertos para aprendices del FLAG ha ofrecido formación práctica a seis jóvenes, que aprendieron

a través de una red de pescadores con gran experiencia en el sector. Entre las competencias adquiridas durante el curso destacan los métodos de pesca y transformación y las necesidades específicas para desarrollo de empresas pesqueras. Esto, unido al apoyo y asesoramiento sobre las posibilidades de ayuda financiera, hizo que Tanja Åkerfelt asumiese el negocio de pesca de su padre y se convirtiese en una pescadera y emprendedora de éxito.

STAND 37



Cursos de formación: atraer a los jóvenes a la pesca comercial marítima

Los cursos de formación ofrecidos en el condado británico de Cornualles ponen de manifiesto cómo los FLAG pueden apoyar la adquisición de competencias y restaurar el atractivo del sector entre jóvenes profesionales.



La falta de competencias y el envejecimiento de la población activa constituyen problemas comunes en muchas zonas pesqueras de Europa. El FLAG de Cornualles y las islas Sorlingas, en colaboración con una entidad benéfica dedicada a ayudar a los jóvenes desfavorecidos, han creado varios cursos de formación ideados para atraer a los jóvenes al sector de la pesca. Los cursos de pesca comercial e impartidos por Seafood Cornwall Training (SCT), fueron concebidos para dotar a los alumnos de las competencias y los conocimientos básicos para faenar en el mar de forma segura y eficiente. Las clases fueron impartidas por profesores cualificados, muchos de ellos pescadores en activo o jubilados, que ayudaron a intensificar las oportunidades de empleo. Los cursos sobre marisco fueron impartidos por la Escuela de Marisco de Padstow, por expertos en el sector de la restauración.

Los cursos de formación ofrecidos en el condado británico de Cornualles ponen de manifiesto cómo los FLAG pueden apoyar la adquisición de competencias y restaurar el atractivo del sector entre jóvenes profesionales.

FLAG DE CORNUALLES E ISLAS SORLINGAS, REINO UNIDO

Resultados (después de dos años):

- > Cursos impartidos a 48 jóvenes desempleados
- > 24 han encontrado trabajo en el sector de la pesca e industrias afines

Coste total: 170 400 €

Eje 4 del FEP: 114 825 €

Promotor del proyecto:

Princes Trust y Seafood Cornwall Training

www.princes-trust.org.uk

www.seafoodcornwalltraining.co.uk

STAND 38



Mujeres emprendedoras: Modelos de conducta y trabajo en red

Los siete FLAG de Andalucía han participado en un proyecto de cooperación denominado «Mujeres la Mar de Emprendedoras» con el objeto de promover el emprendimiento femenino en esta Comunidad Autónoma. El proyecto se inició analizando las experiencias de mujeres de la región y haciendo que las emprendedoras de éxito se convirtieran en modelos de conducta a seguir por otras mujeres.



SIETE FLAG ANDALUCES, ESPAÑA

Resultados (después de 18 meses):

- > Elaboración de 14 cortometrajes, un manual de estudios de casos prácticos y una página web sobre el emprendimiento femenino, además de una base de datos de buenas prácticas
- > Participación de 200 mujeres en talleres sobre el emprendimiento

Coste total: 126 256 €

Eje 4 del FEP: 94 692 €

Promotor del proyecto:

los siete FLAG andaluces; FLAG principal: Almería oriental
www.emprendedoraspesca.org



La elevada tasa de paro en Andalucía, unidas al objetivo común de las estrategias de los FLAG andaluces de diversificar sus economías locales, hicieron que los siete FLAG cooperasen en torno a un proyecto concebido para conocer mejor el emprendimiento femenino en la región. Entre los objetivos del proyecto también estaba determinar el apoyo necesario para animar a más mujeres a crear sus propias empresas. Entre las acciones previstas destacan las siguientes: el análisis del emprendimiento femenino en las zonas de pesca de la Comunidad Autónoma y las barreras y los factores de éxito para poner en marcha una empresa, la identificación y selección de empresarias de éxito que pudieran utilizarse como modelos de conducta por otras mujeres vinculadas al sector, la promoción de estos casos prácticos por medio de la elaboración de catorce cortometrajes y una base de datos de mejores prácticas, e intercambios personales a través de talleres entre emprendedoras ya establecidas y posibles emprendedoras. Esta iniciativa ha servido de inspiración a muchas mujeres andaluzas para convertirse en empresarias, así como de trabajo preliminar para ofrecer ayudas más específicas al emprendimiento femenino.

El análisis del emprendimiento femenino en las zonas de pesca de la Comunidad Autónoma y las barreras y los factores de éxito para poner en marcha una empresa, la identificación y selección de empresarias de éxito que pudieran utilizarse como modelos de conducta por otras mujeres vinculadas al sector, la promoción de estos casos prácticos por medio de la elaboración de catorce cortometrajes y una base de datos de mejores prácticas, e intercambios personales a través de talleres entre emprendedoras ya establecidas y posibles emprendedoras. Esta iniciativa ha servido de inspiración a muchas mujeres andaluzas para convertirse en empresarias, así como de trabajo preliminar para ofrecer ayudas más específicas al emprendimiento femenino.

STAND 39a



EMPREAMAR: asesoramiento y formación empresarial

El proyecto español EMPREAMAR se ha centrado en personas desempleadas de la región de Galicia provenientes del sector pesquero, ofreciéndoles asesoramiento y formación en materia empresarial, así como ayuda financiera, con el fin de animarles a la constitución de nuevas empresas en el propio sector o en otros afines.



FLAG DE FISTERRA – RÍA MUROS – NOIA, ESPAÑA

Resultados (después de 3 meses):

- > Se han formado 30 personas desempleadas de la región
- > Se han llevado a la práctica ocho iniciativas empresariales que prevén la creación de diez puestos de trabajo

Coste total: 51 800 €

Eje 4 del FEP: 38 850 €

Promotor del proyecto:

FLAG de Fisterra – Ría Muros – Noia
www.campusdomar.es



EMPREAMAR ofrece refuerzo de capacidades y apoyo a los participantes con el objeto de que elaboren y lleven a la práctica iniciativas empresariales nuevas asociadas al sector de la pesca. El proyecto implicaba la contratación de expertos en pesca vinculados a las universidades regionales para que impartieran cursos sobre temas como el desarrollo de proyectos, la evaluación de la viabilidad, la comunicación o la estrategia en

medios sociales. En fases posteriores, los participantes que aprobaron los cursos recibieron asesoramiento especializado y, en algunos casos, las instalaciones necesarias para que pudieran iniciar sus actividades. Además, se animó a aquellas iniciativas que precisaban ayuda económica a que hicieran la solicitud correspondiente a la convocatoria de ayudas del FLAG.

STAND 39b



J. F. Mexilhães: una nueva vida como productor acuícola

En Portugal, al igual que en muchos otros países europeos, la crisis económica mundial ha tenido graves repercusiones en el empleo, por lo que muchas personas han perdido sus trabajos. João ha sido una de ellas. Con anterioridad, trabajaba en la Administración pública, pero el Eje 4 le ha ayudado a empezar una nueva vida como empresario acuícola.



FLAG DEL OESTE, PORTUGAL

Resultados (después de un año):

- > João ha creado su propio puesto de trabajo y un empleo a tiempo parcial
- > Innovación en acuicultura local (cultivo de mejillones en cabos impulsada por una pequeña empresa, en colaboración con un centro de investigación)
- > Intercambio de buenas prácticas con otros productores acuícolas portugueses

Coste total: 82 749,51 €

Eje 4 del FEP: 37 237,28 €

Promotor del proyecto:

João Franco Santos



Tras considerar que esta difícil situación constituía un reto, y al albergar una fascinación por el mar de toda la vida, João se dirigió al FLAG del Oeste con la idea de constituir una empresa acuícola para la producción de mejillones en cabos colgantes, un método nuevo en esta zona. Para el desarrollo de su proyecto, se asoció con un pescador jubilado que le ayudó a conocer el sector de la pesca y la acuicultura y le asesoró a lo largo del proyecto.

El FLAG ayudó a João a solicitar los fondos necesarios para comprar los equipos adecuados e iniciar las actividades. Asimismo, le ayudó a desarrollar una red de entidades con experiencia en la zona. En la actualidad João está comenzando su proyecto, colocando los primeros cabos en la mar, de modo que se espera que la primera producción de mejillones tenga lugar a principios de 2015. Si todo sale bien, confía en que la producción anual será de unas 160 toneladas.

STAND 40

CAPÍTULO 3

42 proyectos en apoyo de comunidades locales sostenibles

A mediados de 2014, los FLAG que aplican el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca habían brindado apoyo a más de 9500 proyectos locales, cuyas características difieren mucho entre sí en cuanto a tamaño, presupuesto, objetivos y tipos de beneficiarios. Estas diferencias son el reflejo de la diversidad de situaciones y de necesidades locales. Los 42 proyectos seleccionados para la exposición de la Conferencia «Rumbo al 2020», que acabamos de exponer anteriores, ofrecen un panorama general de cómo el Eje 4 se traduce en la práctica en resultados concretos. Muchos de ellos han sido muy eficaces en lo que atañe a la creación de empleo, la ayuda a empresas para crear productos innovadores o la movilización de considerables aportaciones públicas y privadas. Por otro lado, han contado con un abanico muy amplio de socios que actuaron como protagonistas del desarrollo local de sus respectivas zonas.

El análisis de estos proyectos pone de relieve algunos de los efectos de más alcance del Eje 4 en materia de capital humano y social. Los **42 proyectos se han seleccionado con el fin de que constituyan una muestra ilustrativa, no representativa**, por lo cual deben tomarse en consideración fundamentalmente en el contexto específico de la zona a la que pertenecen y a su estrategia de desarrollo local. No obstante, también confirman que los FLAG pueden desempeñar un papel especialmente importante en la creación de empleo y riqueza en la comunidad, mediante la participación de los agentes locales y la creación de

vínculos entre ellos, el fomento de actuaciones innovadoras, la movilización de fondos y la adaptación de las ayudas a los distintos contextos locales.

Crear empleo y riqueza en las comunidades pesqueras

Los proyectos que se presentan en la exposición de la Conferencia han **contribuido de modo importante al crecimiento económico y a la creación de empleo** en sus zonas de pesca respectivas. En total, en esta muestra de proyectos del FEP se informa de la creación de 91 puestos de trabajo a tiempo completo y de 347 estacionales y a tiempo parcial, además de haberse mantenido otros 135 empleos².

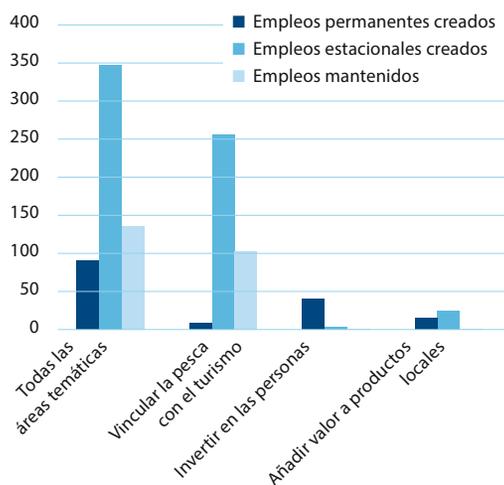
LOS PROYECTOS SE HAN AGRUPADO EN LAS SIGUIENTES ÁREAS TEMÁTICAS:

1. Acortar las cadenas de suministro
2. Añadir valor a los productos locales
3. Proteger el medio ambiente
4. Mejorar la imagen de la pesca
5. Vincular la pesca con el turismo
6. Crear nuevas actividades derivadas de la pesca
7. Promover el atractivo de las zonas pesqueras
8. Invertir en las personas

² Estas cifras son, en general, compatibles con la información obtenida en el estudio del Eje 4 mencionado anteriormente, según el cual se esperaba que 488 proyectos mantuvieran 1 016 puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo y que 498 proyectos pudiesen crear 687 empleos equivalentes a tiempo completo, conforme a las respuestas dadas por los 71 FLAG que contestaron a esta cuestión.



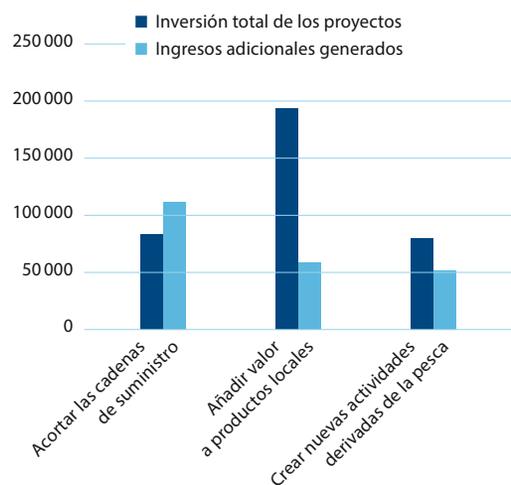
Fig. 1. Empleos creados y mantenidos



Esto conlleva la creación de una media de alrededor de dos empleos equivalentes a tiempo completo por proyecto, así como el mantenimiento de tres empleos y la creación de ocho empleos estacionales y a tiempo parcial.

Los proyectos incluidos en el área temática «Vincular la pesca con el turismo» son los que tienen mayor potencial de creación de empleo, aunque éste es fundamentalmente estacional. Así, los proyectos de esta área temática contribuyeron a crear nueve puestos de trabajo permanentes y 256 estacionales, mientras que se mantuvieron otros 102 empleos. Las áreas temáticas «Invertir en las personas» (40 empleos permanentes y tres estacionales) y «Añadir valor a los productos pesqueros locales» (15 puestos de trabajo permanentes y 24 estacionales) son las dos categorías siguientes en lo que incumbe a la creación de empleo (véase la Figura 1).

Fig. 2. El efecto multiplicador de los proyectos



En diecisiete de los proyectos expuestos se poseen cifras estimadas del volumen de ingresos adicionales generados para el promotor del proyecto a consecuencia de la ayuda brindada por el Eje 4 (por ejemplo, aumento de las ventas). Estos diecisiete proyectos canalizaron una inversión total de dos millones de euros, de los cuales un millón provenía del FEP, que a diciembre de 2014 había generado unos ingresos adicionales de casi 1,5 millones de euros.

El mayor efecto sobre los ingresos generados se ha producido en el área temática «Acortar las cadenas de suministros» (de promedio, 111 300 euros de ingresos adicionales generados por proyecto, para un coste medio de proyecto de 83 600 euros), seguida de las áreas «Añadir valor a los productos pesqueros locales» (de promedio, 59 000 euros por proyecto para una inversión de 194 000 euros) y «Crear nuevas actividades derivadas de la pesca» (52 000 euros de ingresos adicionales generados tras una inversión de 80 000 euros). (Véase la Figura 2).

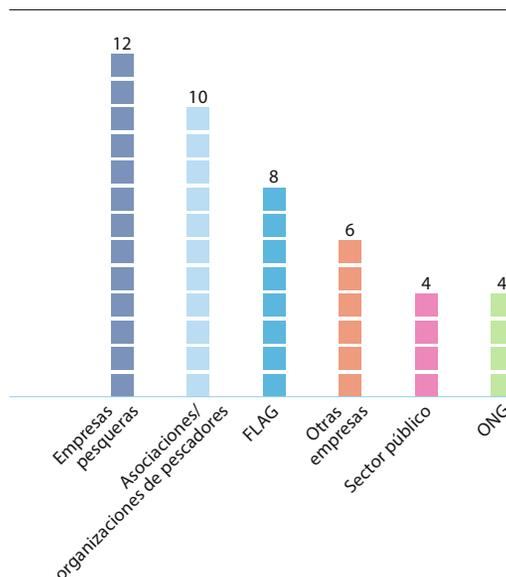
Promover la cohesión y la inclusión social: movilización de los agentes locales y creación de vínculos entre ellos

La mayoría de los 42 proyectos de la exposición fueron llevados a la práctica por agentes del sector de la pesca, entre los cuales se incluyen negocios pesqueros (por ejemplo, empresas de pesca y fábricas de transformación de pescado) y organizaciones pesqueras (por ejemplo, cofradías de pescadores). Un porcentaje relativamente elevado de proyectos se inició y ejecutó directamente por los FLAG, por ejemplo, el denominado «Ruta milenaria del atún» (proyecto 28), creado por el FLAG del Estrecho de Cádiz con el fin de desarrollar y promover el patrimonio y las actividades pesqueras en dicha costa. En la Figura 3 se expone el número de proyectos llevados a cabo, por tipos de beneficiario³.

Algunos proyectos tenían por objeto grupos de población comúnmente difíciles de involucrar, como los formados por mujeres, desempleados y jóvenes. Así, por ejemplo, el FLAG de Finlandia meridional ha brindado apoyo a una joven para que se hiciera cargo del negocio pesquero de su padre (proyecto 37), mientras que el FLAG británico de Cornualles ha ayudado a 24 jóvenes desempleados a encontrar trabajo en el sector de la pesca y otras industrias afines (proyecto 38).

Alrededor de 280 entidades han participado en el desarrollo de estos 42 proyectos, lo cual demuestra que los efectos de los proyectos de los FLAG **van mucho más allá de la organización o la institución que oficialmente recibe la ayuda. De promedio, cada proyecto ha creado vínculos entre siete agentes distintos** implicados en su ejecución.

Fig. 3. Beneficiarios de los proyectos de la exposición



Los promotores de los proyectos también han sido eficaces en lo que atañe a la implicación de tripulaciones de barcos de pesca y de la comunidad local de pesca, a veces como promotores o socios del proyecto, y otras veces como usuarios, clientes o beneficiarios finales. Así, por ejemplo, el proyecto número 3, denominado «Loestamos pescando» y desarrollado por el FLAG de Costa da Morte, ha permitido que 500 pescadores de nueve cofradías vendieran directamente sus productos de pesca en internet al consumidor final. En los ocho proyectos para los que existe información disponible, el número total de pescadores beneficiados por las acciones financiadas ascendió a 967.

³ En algunos proyectos están incluidos beneficiarios de varias clases, de manera que el número total es superior a 42.

Fomentar actuaciones innovadoras

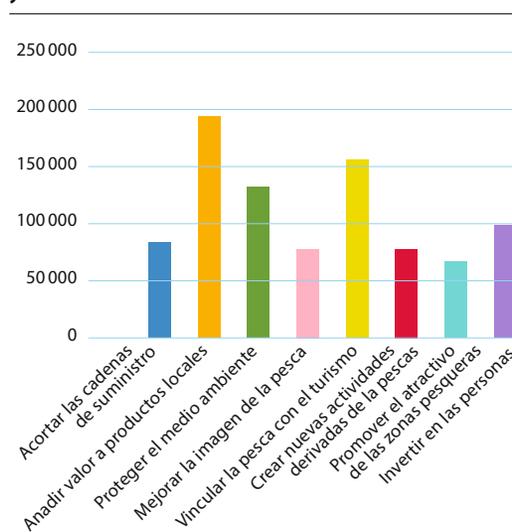
Muchos de los promotores de proyectos receptores de ayudas han dado nuevas respuestas a los retos a los que se enfrentan las zonas de pesca. En al menos siete proyectos, por ejemplo, el uso de las tecnologías de la información desempeña un papel fundamental, por ejemplo, en cuanto a ventas *online*, supervisión electrónica de capturas, promoción de la pesca local o incluso captación de fondos. Otros ejemplos suponen el desarrollo de prototipos, como el relativo a la optimización de equipos de cocción y refrigeración de camarones locales en el FLAG belga (proyecto 6) o a un sistema rentable de purificación del agua financiado por un FLAG polaco (proyecto 17). Otros proyectos también han implicado la participación de investigadores locales.

Los 42 proyectos muestran una cifra impresionante de creación de nuevos negocios. Así, han apoyado la constitución de 36 sociedades y 88 productos y servicios. Además, han ayudado a promotores de proyectos a entrar en 56 nuevos mercados. Los seis proyectos del área temática «Añadir valor a los productos pesqueros locales» fueron especialmente eficaces en este ámbito, mediante la creación de 30 nuevos productos y la apertura de 15 nuevos mercados de clientes.

Mobilizar recursos financieros

De media, cada uno de los proyectos de la exposición efectuó una inversión de unos 115000 euros, aunque la inversión total de los proyectos varía mucho según el área temática de que se trate (véase la Figura 4). Así, los proyectos más grandes se encuentran en las categorías «Añadir valor a los productos pesqueros locales» y «Vincular la pesca con el turismo» (de promedio, 194000 y 156000 euros, respectivamente), mientras que los proyectos más pequeños corresponden al

Fig. 4. Inversión media por proyecto (en €) y área temática



área «Promover el atractivo de las zonas pesqueras» (de media, 67000 euros), pese a la inclusión de proyectos de inversión en infraestructuras.

Aunque una parte de las inversiones ha sido financiada con fondos del Eje 4 del FEP, los 42 proyectos también han conseguido movilizar importantes volúmenes de aportaciones públicas y privadas, de modo que por cada euro invertido por el FEP, se ha conseguido una inversión adicional de 1,25 euros proveniente de otras fuentes públicas y privadas. Además, se han captado otros fondos para la continuación de los proyectos aquí expuestos. Por ejemplo, un proyecto medioambiental en Finlandia (el número 15) consiguió crear un nuevo proyecto por valor de cinco millones de euros financiado por el programa europeo LIFE y, en Francia, un estudio financiado por el Eje 4 generó una inversión de 700000 euros para la construcción de una fábrica cooperativa de transformación (proyecto número 9).



Promover el patrimonio cultural de la zona

La mayor parte de las zonas de pesca, incluidas las de aguas interiores, posee un valioso patrimonio cultural y de tradiciones que no solo generan beneficios económicos directos, sino que también refuerzan el sentimiento de identidad y orgullo locales en la zona y en las profesiones relacionadas con la pesca. El hecho de subrayar la importancia y el atractivo de este patrimonio puede ayudar a contrarrestar algunas de las tendencias demográficas negativas que afectan a la pesca. Entre los ejemplos mostrados se incluyen la puesta en marcha de actividades de turismo pesquero a efectos de concienciar con respecto a la pesca local y cómo ésta contribuye a la identidad de la zona (véase el proyecto 23), el proyecto de puerto familiar (número 35) que incrementa la visibilidad del sector pesquero mediante la agrupación de agentes en torno a la rehabilitación del puerto local y la «Ruta milenaria del atún» (proyecto 28).

Adaptar las ayudas de manera flexible a las necesidades de cada zona

Los ejemplos mostrados en la exposición ponen de manifiesto la gran diversidad de los proyectos financiados por el Eje 4. El importe de las ayudas va de 1 500 euros (proyecto 34) a casi 300 000 (proyecto 28). La flexibilidad del FEP implica que los FLAG pueden ayudar a los beneficiarios a financiar proyectos tradicionales de negocio (como abrir un restaurante de pescado o un taller de fabricación de redes), así como otras actividades más complejas (como la realización de estudios, el desarrollo de nuevos productos, la formación o el asesoramiento y la capacitación). El apoyo de los FLAG puede implicar la concesión de subvenciones para inversiones de infraestructura, así como el pago del salario correspondiente a un responsable comunitario, aunque el apoyo también puede brindarse en modalidades no financieras como, por ejemplo, en animación, capacitación o agrupación de socios.

Las conclusiones generales derivadas del análisis de los 42 proyectos expuestos recalcan el claro beneficio que los FLAG pueden aportar a sus comunidades. La cofinanciación del FEP ha sido una herramienta extraordinariamente útil para brindar apoyo a múltiples proyectos de desarrollo local participativo en comunidades costeras y pesqueras de toda la Unión Europea. Las actividades concertadas por los FLAG también han permitido garantizar que los fondos europeos puedan administrarse localmente y proporcionar efectos positivos a un abanico más amplio de personas.

CAPÍTULO 4

Una nueva etapa con nuevos retos

Un salto hacia delante de carácter cualitativo

Desde su creación hace seis años, el Eje 4 ha permitido que asociaciones locales y su personal obtengan una enorme experiencia en cuanto a la aplicación de un nuevo método, que podría haber parecido poco realista o incluso utópico si se compara con formas más tradicionales de actuaciones sectoriales de arriba a abajo.

En la actualidad, el valor añadido de la colaboración territorial es altamente reconocido por muchas partes interesadas. Los socios han aprendido a escucharse entre sí y a conocer las expectativas y exigencias más allá de los límites de sus propias organizaciones. A través de las consultas a los FLAG y de las reuniones organizadas por éstos, las diferencias de opinión han dado paso progresivamente a visiones comunes y proyectos territoriales colectivos. La elaboración y la aplicación conjunta de estrategias de desarrollo local también han otorgado a los socios importantes oportunidades de aprendizaje compartido.

Las personas que trabajan en los FLAG han desempeñado un papel crucial; ahora bien, los responsables de los FLAG y su personal provienen de ámbitos muy distintos: algunos son expertos en pesca que sabían muy poco de otras actividades, mientras que otros eran especialistas en desarrollo territorial que no siempre estaban familiarizados con el sector pesquero. Durante todo este período, se han reforzado sus competencias, de modo que en los 21 Estados miembros implicados se ha creado un conjunto formado por más de quinientos profesionales con conocimientos en materia de desarrollo territorial de las zonas de pesca.

En conclusión, ya contamos con los elementos necesarios para facilitar un salto **cualitativo** hacia delante, un paso que también debe apoyarse en la orientación brindada por el Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, así como en la apertura del desarrollo local participativo a todos los fondos estructurales y de inversión de la Unión Europea.

Estrategias más específicas

La elaboración de estrategias de desarrollo local por parte de grupos locales constituyó también un nuevo punto de partida en la mayoría de los territorios de FLAG durante el primer período de programación, aunque las estrategias elaboradas fueron relativamente tradicionales. En términos generales, perseguían los objetivos principales del FEP para el período 2007-2013: reforzar la competitividad del sector de la pesca, añadir valor a los productos pesqueros, diversificar, y proteger el medio ambiente y el patrimonio local. Esta fase inicial del desarrollo local ha permitido emprender nuevas acciones y llevar a la práctica un elevado número de proyectos individuales.

No obstante, es posible que en muchas zonas ya estamos llegando al límite de lo que puede lograrse mediante acciones individuales. Por ello, debemos ahora formularnos preguntas como las siguientes: ¿existe demanda suficiente para abrir un nuevo restaurante de pescado?, o bien ¿es necesario promover la creación de más museos de pesca? Evidentemente, este tipo de decisiones solo puede ser adoptado localmente, pero en algunas zonas ya existe el riesgo de exceso de capacidad, salvo que el producto o servicio genere nuevo potencial de crecimiento o satisfaga un nicho de mercado.



Tras varios años de funcionamiento, los FLAG poseen ahora un mejor conocimiento de las fortalezas y debilidades de sus zonas, por lo que en el futuro deben centrarse en el establecimiento de estrategias más específicas y complejas, de modo que puedan maximizar el valor añadido de las políticas basadas en el desarrollo territorial.

Nuevos retos, nuevas respuestas

Sin lugar a dudas, la competitividad, el valor añadido y la diversificación siguen siendo objetivos importantes, pero el contexto ha variado y han surgido nuevos retos como los que exponemos a continuación.

- > Las consecuencias a nivel local de los cambios habidos en la política pesquera de la Unión Europea.

Esto puede exigir que los FLAG respondan mediante proyectos que ayuden a hacer frente a los efectos de la prohibición de descartes, como el financiado por el FLAG de Huelva, que se muestra en el vídeo de FARNET «Harina de pescado a partir de residuos de pesca». Otros retos hacen referencia a la transición al concepto de rendimiento máximo sostenible y al posible incremento a corto plazo en la competencia por cuotas pesqueras, que una cofradía de pescadores de Dinamarca ha intentado hacer frente permitiendo a los pescadores conseguir ingresos extraordinarios a partir de sus capturas (véase el proyecto 2). También existen otras opciones, como por ejemplo ayudar a los pescadores a implicarse cada vez más en la protección de los recursos marinos (véase el proyecto número 13 de Cap Roux).

- > Responder al «crecimiento azul» y dar rienda suelta al potencial de innovación de las zonas costeras que, en muchas regiones, se enfrentan a un notable aumento de la población, lo cual provoca una enorme competencia por los recursos entre los múltiples usos del territorio.

A este respecto, podría esperarse que las actividades que ayudan a los pescadores a crear productos innovadores, como el FLAG portugués que facilitó los contactos entre pescadores, investigadores y sector industrial con el fin de estudiar la posibilidad de utilizar la nécora en biomedicina (véase «Buenas Prácticas núm. 19» de FARNET). Con objeto de ayudar a los pescadores a beneficiarse de las oportunidades del crecimiento azul, los FLAG podrían también dedicarse a poner en marcha actividades dirigidas a mejorar las competencias de los agentes de pesca locales y potenciar su imagen (véase el área temática número 4).

- > La transición hacia una economía baja en emisiones de carbono y más resistente frente al clima y sus repercusiones en los recursos y zonas de pesca.

Los FLAG pueden desempeñar un papel importante a la hora de promover proyectos en este ámbito, como por ejemplo fomentar el uso de energías renovables en barcos pesqueros, como ha hecho un FLAG francés, que ha buscado la colaboración entre investigadores, pescadores y productores de girasol (véase la página de cooperación de FARNET).

- > La necesidad absoluta de crear empleo y luchar contra la pobreza, debido al gran incremento de la inseguridad laboral y el desempleo en muchos territorios.

Muchos proyectos apoyados por FLAG tienen por objeto desarrollar competencias y garantizar un sustento sostenible a los miembros de las comunidades pesqueras. Así, por ejemplo, son de destacar los proyectos número 8 (creación de puestos de trabajo para mujeres en paro en el campo de los productos de pescado en conserva en España), 34 (mantenimiento de un puesto de trabajo en una isla remota de Irlanda) y 38 (animar a los jóvenes desempleados a introducirse en la pesca comercial en Cornualles).

Estos retos y la imperiosa necesidad de encontrar soluciones locales innovadoras ofrecen una oportunidad para que los FLAG respondan eficazmente mediante el establecimiento y la ejecución de sus nuevas estrategias de desarrollo local.

Más diferenciación

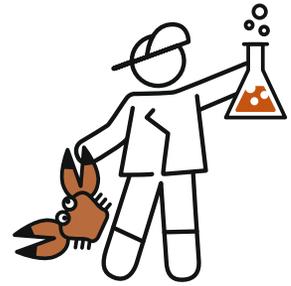
La elaboración de estrategias más centradas en las características específicas locales puede dar como resultado una mayor diversidad de enfoques. Así, puede que algunos FLAG concentren la mayor parte de sus recursos en el sector de la pesca (por ejemplo, en zonas donde todavía existe un margen considerable para tales actividades), mientras que otros se centrarán de manera más general en las oportunidades ofrecidas por el desarrollo costero y el crecimiento azul.

Con independencia de su enfoque, cada FLAG tratará de animar y apoyar los proyectos que garanticen el mejor futuro para sus territorios en materia de desarrollo sostenible, creación de empleo y cohesión social. De esta forma, también deberán tener en cuenta aquellas acciones que puedan llevarse a cabo por otros agentes locales al amparo de otros fondos y estrategias.

Más recursos y mejor coordinación

En la fase actual, es difícil saber exactamente el importe que el FEMP destinará al desarrollo local participativo y al desarrollo sostenible de zonas dependientes de la pesca y la acuicultura. A tenor de las indicaciones que se disponen actualmente, se prevé que los fondos asignados sean notablemente superiores a los disponibles conforme al FEP.

El enfoque común con respecto al desarrollo local participativo por medio de los fondos estructurales y de inversión de la UE también abre una oportunidad para que los FLAG participen en el desarrollo local con múltiples fondos. Esto podría contribuir a una asignación más eficaz de los demás fondos estructurales y de inversión europeos y mejorar la coordinación entre las diversas opciones de financiación. Siempre que sean posibles dichos planteamientos de múltiples fondos, podrían elaborarse estrategias integradas de desarrollo costero que agrupasen a todos los sectores de actividad importantes de la zona. Por consiguiente, los resultados así conseguidos podrían dar la importancia apropiada al sector de la pesca en términos de actividad económica, identidad, patrimonio y gobernanza.



Mayor énfasis en las acciones colectivas

Un elevado porcentaje de los 42 proyectos seleccionados para la Conferencia afecta a más de un único beneficiario o entidad; por ejemplo, se incluyen dieciséis proyectos llevados a cabo por organizaciones u órganos de carácter colectivo, entre las que se incluyen cofradías de pescadores, cooperativas, centros de formación, asociaciones ecologistas, agencias de desarrollo local o autoridades locales, así como ocho proyectos en los que el beneficiario es el propio FLAG. Además, algunos de los 18 proyectos ejecutados por emprendedores privados también implican a otros agentes de la comunidad pesquera.

Está previsto reforzar este planteamiento «colectivo» en el futuro, debido a los motivos siguientes:

> Las acciones individuales son más eficaces cuando se «conectan» a otras acciones locales; por ejemplo, para desarrollar y explotar todo su potencial, para acceder a determinados mercados y hacerse más competitivos, o bien para crear nuevas actividades.

Cuarenta pescadores, elegidos en función de su respeto de principios medioambientales, participan en el proyecto denominado O melhor peixe do mundo («El mejor pescado del mundo», en español), que cuenta con el apoyo del FLAG portugués del Alentejo; este proyecto facilita la venta directa de pescado o la venta a través de establecimientos ecológicos (proyecto 5). Por otro lado, la cooperación facilitada por el FLAG griego de Salónica ha permitido abrir el mercado nacional e internacional de cangrejo azul fresco, en el que participan 25 pescadores (proyecto 7).

> La importancia de los principios de «patrimonio común» o de «bien común» está siendo gradualmente restablecida. Así, por ejemplo, en España, las cofradías de pescadores han sido responsables durante siglos de gestionar los recursos marinos comunes. Esta noción de «bien común» ha vuelto a recuperar su valor en la actualidad, debido al incremento de la presión sobre los recursos naturales, la calidad del agua, el medio ambiente y el entorno natural.

Por iniciativa del FLAG de Finlandia oriental, pescadores, ecologistas y científicos han colaborado con el fin de proteger un valioso recurso natural, la foca anillada, así como el sustento de los pescadores locales, mediante la creación de redes de trampa seguras para las focas (proyecto 15).

A menudo, el establecimiento de acciones colectivas es gestionado de mejor modo por los socios o los empleados del FLAG. Debido al mayor porcentaje de los presupuestos de los FLAG que puede destinarse a animación y promoción en virtud del desarrollo local participativo, los grupos pueden hacerse mucho más «proactivos» y forjar vínculos entre distintos agentes y tipos de actividades.

El sector de la pesca había perdido su elevado prestigio en la localidad costera de Simrishamn hasta que el FLAG sueco del Báltico meridional creó diversos mecanismos para dar solución a este problema. Así, las actuaciones se centraron en la organización de un festival, que ahora se celebra anualmente durante dos semanas y que incluye actividades para niños, visitas a barcos, ventas directas de pescado o recetas culinarias (proyecto 35).



Más innovación

Durante esta nueva etapa 2014-2020 va a prestarse una importancia aún mayor a la innovación. En concreto, el rápido desarrollo de nuevas tecnologías va a crear más oportunidades para el sector de la pesca, así como para el establecimiento de nuevas actividades. La innovación social también será necesaria para dar respuesta a los problemas a los que se enfrentan muchos territorios.

La renovación del puerto británico de Annan ha sido facilitada gracias al apoyo brindado por el FLAG, así como a las aportaciones hechas por 45 donantes privados mediante mecanismos de «financiación colectiva» gestionados a través de internet (proyecto 36).

Hincapié en los jóvenes y las mujeres

Con frecuencia, los jóvenes y las mujeres se enfrentan a retos específicos en el mercado laboral y, a veces, constituyen colectivos difíciles de implicar por medio de métodos tradicionales. Los FLAG ya han tenido un cierto éxito en este proceso, por lo que los mayores recursos que los FLAG podrán dedicar a animación colectiva a tenor del desarrollo local participativo deberán contribuir a garantizar un mayor grado de participación en las asociaciones futuras.

Con el apoyo de los siete FLAG andaluces, 200 mujeres de comunidades pesqueras han participado para estudiar la posibilidad de convertirse en emprendedoras. A consecuencia de ello, algunas ya han logrado constituir sus propias empresas (proyecto 39a). Por otro lado, 24 jóvenes desempleados han encontrado trabajo en el sector de la pesca y otras industrias afines gracias a un programa de adquisición de competencias apoyado por el FLAG de Cornualles (proyecto 38).

Incremento de la cooperación

La cooperación interterritorial puede crear valor añadido a proyectos de un cierto tamaño, que requieren una especial masa crítica o complementariedad, o bien el intercambio de conocimientos o competencias para que resulten eficaces. Como el fomento de esa cooperación es bastante complicado, ha sido relativamente poco frecuente durante el período 2007-2013. No obstante, como el método propuesto por el Eje 4 y como los FLAG cuentan ahora con mucha más experiencia, la posibilidad de beneficiarse por medio de la cooperación debe ser mayor en el futuro.

Polonia es uno de los países europeos con menor consumo de pescado. Por ello, dos FLAG polacos, en colaboración con seis escuelas profesionales de cocina, han organizado cursos de formación para alumnos y profesores a fin de que puedan mejorar sus conocimientos sobre el pescado y los métodos de preparación y transformación (proyecto 20b).

Subir el listón

Este nuevo contexto y los retos y oportunidades que plantea exige que los FLAG se apoyen en la experiencia hasta ahora lograda y creen estrategias más específicas, innovadoras y mejor integradas, que tengan sus raíces en la zona y den respuestas concretas a las circunstancias locales.

Les deseamos una buena travesía hacia el año 2020, momento en que volveremos a exponer los resultados de esta nueva etapa de nuestro viaje.



DOI 10.2771/234007

ISBN 978-92-79-45507-0



9789279 455070