



Nº 9

Otoño-Invierno 2013

ISSN 1831-5739

farnet

M A G A Z I N E

Uniendo la pesca con la economía del turismo





Índice

Fotografías (páginas):

iStockphoto (1), Comisión Europea (2), Pomario Delta Association (4, 25), Jean-Luc Janot (5, 8, 14, 15, 20, 22, 24, 26, 27, 30), Estació Nàutica Sant Carles de la Ràpita (6, 12, 13), Apollo Media (7), Vänern-Kinnkulle FLAG (9, 25), Monica Burch (10, 11), FLAG del Litoral Belga (17, 18, 19), North & Eastern Lapland FLAG (21, 22, 23), Haliotika-La Cité de la Pêche (25), Michał Stupczewski (25), GAC Oeste (27, 29), PescaTour (30), René Kusier (30).

Portada: Joven turista en un barco de pesca en el Algarve (Portugal).

Periodistas:

Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

Otros colaboradores:

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, John Grieve, Serge Gomes da Silva, Paul Soto, Gilles van de Walle.

Producción:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

Contacto:

FARNET Magazine, Unidad de apoyo FARNET,
Rue de la Loi 38, boîte 2
B-1040 Bruselas
+32 2 613 26 50
info@farnet.eu
www.farnet.eu

FARNET Magazine está publicada por la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca de la Comisión Europea. Se distribuye gratuitamente bajo solicitud.

FARNET Magazine se publica dos veces al año en inglés, francés, alemán y español.

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 revista, 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, 2013.

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica.

Impreso en Bélgica en papel reciclado.



La unión de la pesca y el turismo 4

A pesar de los diversos medios en los que operan y de las distintas estrategias que aplican, la inmensa mayoría de los FLAG de toda Europa considera el turismo como un elemento esencial de su enfoque estratégico.



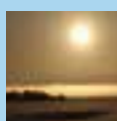
Reportaje: La pesca como aliado del turismo de bajo impacto 12

El turismo de baja intensidad predominante en el delta del río Ebro (España) se basa cada vez más en aspectos relacionados con el sector pesquero. Además de los productos de la gastronomía local, diversos servicios turísticos relacionados con la pesca empiezan a captar la atención de los visitantes.



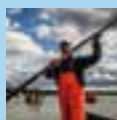
Gente: Stephanie Maes 17

La responsable del FLAG del Litoral Belga habla de su trabajo, los retos a los que se enfrenta y los proyectos del FLAG con los pescadores, los operadores turísticos y demás partes locales interesadas.



Reportaje: El eslabón perdido 20

En el extremo norte de Finlandia, algunos pescadores han orientado sus actividades hacia el turismo como medio de diversificación y aumento de sus ingresos. El proceso se inició con un programa de formación apoyado por el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca.



Aires de negocios 25

Cuatro innovadores proyectos locales de desarrollo en las zonas de pesca.



Enfoque: El pescaturismo en Europa 26

Un buen número de FLAG ha mostrado su interés en aprovechar el potencial del pescaturismo como medio de promover sus productos pesqueros locales y animar a los visitantes a descubrir el patrimonio pesquero de la zona. Sin embargo, el pescaturismo encuentra a menudo en su camino prohibitivas barreras legales y administrativas, y, en algunos países, ni siquiera está permitido.

Red FARNET 31



Editorial

«En el período de financiación 2014-2020, el desarrollo local de las comunidades tendrá que responder al gran reto de la creación y conservación de puestos de trabajo en la zona, en especial para los jóvenes. En las zonas de pesca, una de las formas de conseguirlo es “capturando” parte de la ingente demanda de bienes y servicios que ha creado el turismo».

Nuestro reciente estudio sobre el «crecimiento azul» demuestra claramente que el turismo es uno de los sectores más prometedores en términos de potencial de crecimiento, no en vano, solo en las áreas costeras, ofrece empleo ya a unos 2,6 millones de personas. En comparación, la pesca y la acuicultura sólo representan una parte de los empleos costeros, aun siendo sustancial su contribución a la economía en general y a la capacidad de atracción de muchas zonas.

Como puede verse en el artículo principal sobre este tema de *FARNET Magazine*, la costa ya es el lugar de destino preferido de más del 60% de los europeos. Sin embargo, el reto de muchas zonas de pesca, al menos durante la temporada veraniega, no es atraer *más* turismo, sino *mejor* turismo. Con esto me refiero a un turismo que aporte beneficios reales a la población local y al sector pesquero. Debemos promover la sostenibilidad, no la «masificación». Todo esto quedará reflejado en una Comunicación sobre turismo marítimo y costero actualmente en preparación.

Obviamente, muchas zonas de pesca del interior y algunas zonas costeras remotas aún tienen que darse a conocer como destinos turísticos de interés. En muchas zonas costeras, las comunidades pesqueras también pueden asemejarse a islas, rodeadas por una gran afluencia de turismo, pero un turismo que deja escasos o nulos beneficios, o que incluso daña el medio ambiente local y perturba los ecosistemas y las actividades de la zona.

El primer artículo de esta revista saca a relucir algunos de los principales riesgos que puede representar el turismo para las comunidades pesqueras, y habla del modo en que los FLAG pueden ayudar no solo a minimizarlos, sino incluso a convertirlos en oportunidades. Además, sugiere tres grandes modos en los que dichas comunidades pueden beneficiarse directamente del turismo, a saber: proporcionando varios tipos de servicios a los turistas, lo que aumentaría los ingresos y crearía nuevas oportunidades de empleo; captando más valor añadido mediante la venta directa del pescado local; y promoviendo el patrimonio pesquero de la zona como importante componente de un destino turístico genuino y vital. En este artículo se describen los pasos que deben seguir los FLAG para hacer realidad este potencial.

En los artículos siguientes veremos ejemplos de cómo algunos FLAG de distintas parte de Europa están llevando esto a la práctica. Son los casos de las soleadas costas de Cerdeña y Cataluña, en el Mediterráneo, en las que se están llevando a cabo proyectos que van desde el pescaturismo a la apertura de restaurantes de pescado por cooperativas pesqueras locales, visitas turísticas a zonas de cultivo de mejillones y ostras, cadenas de restaurantes que compran productos pesqueros locales, o piscifactorías locales que ofrecen actividades turísticas especializadas.

En otro rincón de Europa, al norte del Círculo Polar Ártico, la temporada turística principal suele empezar cuando hay suficiente nieve. Aquí, un FLAG finlandés ha propuesto formar a pescadores para que ofrezcan paquetes turísticos basados en actividades sobre el hielo y la pesca invernal con sus métodos tradicionales.

En la sección «Aires de negocios» encontramos otros ejemplos, como el del museo de pesca interactivo de Bretaña, un recorrido pesquero en Polonia, ecoturismo en una reserva de la biosfera en Suecia y un proyecto de formación para ayudar a los pescadores profesionales a aprovechar el creciente interés por la ornitología y la pesca recreativa en Lituania.

La revista concluye con un análisis de la situación del pescaturismo en la UE, tratando aspectos como la seguridad a bordo, los impuestos aplicables y la viabilidad económica. Asimismo, muestra las fórmulas utilizadas por los FLAG de varios países para abordar estas cuestiones. Por último, la responsable del FLAG del Litoral Belga, Stephanie Maes, nos habla de la importancia de contar con personas comprometidas sobre el terreno que animen y apoyen al sector pesquero a embarcarse en estas nuevas aventuras: «*La gente aprecia realmente que salgas de tu despacho y trates de entender su mundo, aún más si analizas con ellos los desafíos a los que se enfrenta el sector y las posibles soluciones*», comenta.

Les invito a todos a inspirarse de los muchos ejemplos que encontrarán en esta publicación, que muestra a los pescadores locales y a sus comunidades correspondientes cómo pueden aliar con éxito la pesca con la industria turística.



Monique Pariat,
Directora del Mediterráneo y el Mar Negro, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca

La unión de la pesca y el turismo

A pesar de los diversos medios en los que operan y de las distintas estrategias que aplican, la inmensa mayoría de los FLAG de toda Europa considera el turismo como un elemento esencial de su enfoque estratégico. En ese sentido, una de las prioridades es asegurarse de que el sector pesquero sea quien se beneficie del turismo en las áreas de los FLAG.

Existen muchas razones por las que el desarrollo del turismo es un componente tan importante dentro de las estrategias de los FLAG.

En el lado de la demanda, la industria del turismo está experimentando un importante crecimiento, siendo una de las pocas que no ha dejado de hacerlo en todo el mundo durante la crisis. Según el estudio llevado a cabo por el Consejo Mundial del Turismo, alrededor del 10% de todos los nuevos puestos de trabajo que se crearon en 2012 lo hicieron en el sector turístico. Incluso en la UE, donde el impacto de la crisis del sector ha sido más visible, se espera que este represente (directa o indirectamente) alrededor de 20,4 millones de puestos de trabajo (o el 9% del empleo total) para 2022, lo que implica un crecimiento medio del empleo del 1% al año durante la próxima década.

Por otra parte, además de esta dinámica de fuerte crecimiento, el sector turístico se está diversificando. Cada vez más, el interés de los turistas va más allá del sol y la playa, dirigiéndose a nuevas actividades y nuevas experiencias que los alejan



▲ La asociación Delta de Pamarío de Lituania está poniendo en marcha un proyecto turístico con pescadores.

de la oferta tradicional. Podemos decir, en suma, que el turismo es uno de los sectores a los que se aplica el nuevo concepto de «economía de la experiencia».

Con respecto a la oferta, las zonas de pesca cuentan con abundantes atractivos para los turistas. Aparte de las actividades acuáticas, playa y ocio en general, el turista también busca los placeres de un entorno natural, pescado fresco en abundancia y la riqueza del patrimonio cultural pesquero.

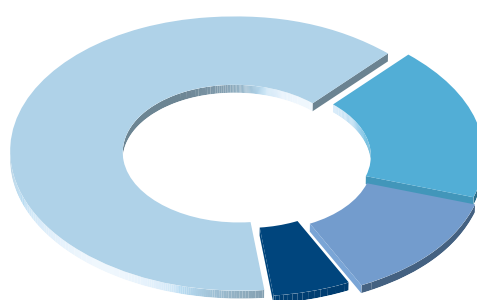
Mientras los actores locales aprenden a cooperar y trabajar juntos, con el apoyo de los FLAG, la oferta turística de las zonas de pesca puede ir adaptándose e incluir paquetes completos de actividades, con objeto seguir siendo atractiva en un mercado tan competitivo como el turístico. De esta manera, el turismo se convertirá en una fuente importante de ingresos adicionales para la comunidad pesquera.



▲ Barcos de pesca amarrados junto a restaurantes en Mitilene, Lesbos (Grecia).

En una reciente publicación sobre los *Desafíos y oportunidades relativos al turismo costero y marítimo en la UE*¹, la Comisión Europea subraya la importancia de las áreas costeras como destino turístico, no en vano alrededor del 51% de la capacidad de acogida de los hoteles se concentra en las regiones costeras, que además son el destino preferido de más del 60% de los europeos en su período vacacional principal. El turismo es también la mayor actividad económica marítima de la UE, proporcionando empleo directo a cerca de 2,6 millones de personas. El Comunicado destaca, sin embargo, la necesidad de superar ciertos obstáculos para que el sector aproveche todo su potencial, a saber: la falta de recursos económicos para las nuevas empresas locales, la escasez de estrategias de marketing coherentes, y la incapacidad de diversificar las actividades más allá del turismo de sol y playa, lo que hace de él un turismo exclusivamente de temporada y limita la capacidad del sector de crear empleos duraderos y cualificados. Por su parte, los FLAG que desean promover el «crecimiento azul» en sus zonas también pueden desempeñar un papel importante en la superación de estas barreras.

Interés de los FLAG por el turismo



- prioridad elevada
- importante
- algunas actividades turísticas
- no importante

Sin embargo, tampoco sorprende que tantos FLAG mencionen el turismo como uno de sus objetivos prioritarios. De hecho, en un análisis de los principales retos y objetivos abordados por los FLAG en sus descripciones breves para las fichas informativas de la FARNET (<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/tools/flags>) se sugiere que aproximadamente el 83% de dichos FLAG consideran el turismo como una de sus prioridades estratégicas, siendo incluso una «gran prioridad» para cerca del 60%². En cuanto al 17% de los FLAG que no mencionan el turismo como objetivo estratégico, la mayoría de ellos (el 12%) propone

no obstante algún tipo de actividades o proyectos relacionados con el turismo. Tan solo el 5% de las fichas informativas no hace mención alguna al turismo.



¹ http://ec.europa.eu/governance/impact/planned_ia/docs/2013_mare_005_coastal_tourism_en.pdf

² Basado en el análisis de 120 fichas informativas de los FLAG de 14 países (Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Letonia, Países Bajos, Polonia, Portugal, España y Suecia), en julio y agosto de 2013.



▲ Piragüismo de mar en los parques de mejillones del delta del Ebro (España).

Fomentar el turismo relacionado con la pesca

Para atraer a los turistas, las áreas de los FLAG han de cumplir primero con las condiciones básicas necesarias para el desarrollo del turismo, es decir, ser capaces de ofrecerles un lugar donde alojarse (hoteles, «bed and breakfasts», campings, etc.), un lugar donde comer (restaurantes, bares con especialidades de pescado, etc.), y asegurar la facilidad de acceso (carreteras, plazas de parking, transporte público, bicicletas y carriles para las mismas, etc.). A pesar de todo, estos requisitos pueden no ser suficientes por sí solos para ganar la partida a otros destinos similares, de ahí la necesidad de ofrecer algo más y, si es posible, algo único.

La mayoría de los FLAG inmersos en el proceso de preparación de sus estrategias han tratado de identificar las cualidades

que hacen –o podrían hacer– de su área un lugar atractivo para el visitante. Por ejemplo:

- > su exclusivo patrimonio natural (flora y fauna y sus hábitats, paisajes, vías fluviales...)
- > sus actividades de ocio, en especial las acuáticas y relacionadas con la pesca, como la pesca con caña, natación, submarinismo, remo...
- > las características propias de la zona en materia de pesca, incluyendo sus tradiciones y patrimonio pesqueros (cabañas de pescadores, barcos, puertos), así como las actividades pesqueras del día a día (la observación del trabajo de los pescadores en itinerarios de pescaturismo, por ejemplo), que pueden suponer una experiencia atractiva para el turista.

Si analizamos las fichas informativas de los FLAG vemos que aproximadamente

un 45% de ellos consideran su zona como (potencialmente) atractiva para los turistas³ y creen que el entorno natural es su principal recurso. De ellos, el 37% ha previsto hacer uso de la idiosincrasia y patrimonio pesqueros de su zona para atraer al turismo (alrededor del 12% menciona el pescaturismo o el turismo pesquero), mientras que el 36% se centra más en el ocio⁴. Asimismo, algunos FLAG reconocen que, para mejorar el atractivo de sus zonas, primero deben satisfacer ciertos requisitos básicos, razón por la que, probablemente, muchos FLAG de los nuevos Estados miembros (como Letonia y Polonia) consideran necesario apoyar proyectos relacionados con inversiones infraestructurales.

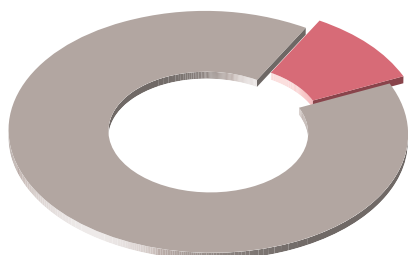
Principales recursos de atracción de turistas de los FLAG





▲ Turistas comprando pescado en el barco en Dinamarca.

FLAG que consideran el turismo de masa como un problema



La estrategia que adopta un FLAG en términos de atractivo turístico dependerá en gran medida de si la zona en cuestión es ya o no un destino turístico conocido. Si los visitantes potenciales no conocen lo suficiente su patrimonio natural y cultural, será necesario poner en marcha una estrategia de información y promoción. Además, la proximidad de otros destinos turísticos importantes también puede ser problemática, siendo percibida por lo general más como riesgo que como factor de atracción (a pesar de que en las fichas informativas solo menciona este aspecto explícitamente menos del 10% de los FLAG).

Turismo y pesca

El FLAG puede desempeñar un importante papel a la hora de desarrollar el potencial turístico de la zona y garantizar el impacto positivo en la economía local. Pero es especialmente importante que el turismo aporte beneficios no solo a la zona en su conjunto, sino al sector pesquero en particular. De otro modo, existe el riesgo de «dejar de lado» a los pescadores y, por consiguiente, adoptar una actitud negativa hacia el turismo. Determinadas iniciativas turísticas -a gran escala sobre todo- pueden constituir un riesgo para la zona y para el sector pesquero, aun beneficiándose del carácter «pesquero» de las atracciones turísticas, y ello por varias razones:

- > las empresas dedicadas al turismo de masas tienden a privilegiar los costes sobre la calidad a la hora de contratar servicios y mano de obra, por lo que no suelen limitar sus actividades al área local;
- > a veces compiten por recursos que suelen ser escasos, como el espacio, el alojamiento, los caladeros (p. ej. la pesca descontrolada con caña) o la mano de obra, limitando de esta forma las opciones de lograr un desarrollo más endógeno;
- > su escala va más a menudo más allá del alcance de los inversores locales y, como resultado, solo va a parar a la zona y a la comunidad local una parte muy pequeña del valor añadido, mientras que la mayor parte se «exporta» hacia fuera de la zona de pesca.

Por otro lado, con la reducción de la rentabilidad y de las oportunidades de empleo en el sector pesquero, el turismo -junto con las iniciativas de aportar valor añadido a los productos pesqueros (como se vio en el nº 8 de FARNET Magazine)- puede ser una de las vías para obtener fuentes adicionales o alternativas de ingresos para los pescadores y sus familias. En efecto, las vías por las que el desarrollo del turismo puede aportar beneficios al sector pesquero son numerosas:

- > En primer lugar, la posibilidad de aportar **ingresos extra a los pescadores** y sus familias. En efecto, los pescadores, gracias a sus conocimientos y sus herramientas de trabajo, pueden ofrecer ciertos servicios a los turistas (hacer de guías costeros o de observación de la fauna y flora a bordo de sus embarcaciones, p. ej.). Además, la actividad pesquera propiamente dicha también puede ser fuente de ingresos extras, pues el trabajo de los pescadores puede ser igualmente un atractivo para los turistas, como es el caso del pescaturismo⁵. Algunos pescadores incluso podrían ofrecer alojamiento en cabañas de pesca tradicionales como actividad complementaria.

³ 91 de los 120 FLAG que menciona el análisis consideran el entorno natural como su principal recurso.

⁴ Todos estos porcentajes no suman necesariamente el 100%, ya que algunos FLAG citan más de un tipo de recurso.

⁵ El «turismo pesquero» es un término genérico que puede englobar cualquier servicio relacionado con la pesca, mientras que el «pescaturismo» consiste en acompañar a los pescadores y observar su trabajo.



▲ Ventas directas en un festival de pescado organizado por el FLAG de Peipsi en Estonia.

- > En segundo lugar, la oferta de consumo de **pescado de producción local**, si existen restaurantes, bares o establecimientos de especialidades de pescado, lo que daría a los pescadores oportunidades de comercialización de sus capturas.
- > Y en tercer lugar, la posibilidad de obtener beneficios importantes, aunque menos «tangibles». Por ejemplo, las atracciones turísticas basadas en el carácter pesquero o en las tradiciones del lugar pueden contribuir a fomentar el sentido de identidad de los pescadores y el orgullo de su profesión, o darles mayor voz en los diálogos y debates acerca del desarrollo turístico. El trabajo conjunto de varias partes en una iniciativa turística puede mejorar la integración de los representantes del sector en el seno de una comunidad más amplia.

El papel del FLAG

Para asegurar estos efectos positivos, el FLAG, mediante sus conocimientos del sector, y normalmente con una representación significativa de los pescadores a bordo, debe procurar que el desarrollo turístico tenga en cuenta las expectativas y preocupaciones de la comunidad pesquera. Así, por ejemplo, algunos FLAG han logrado con éxito:

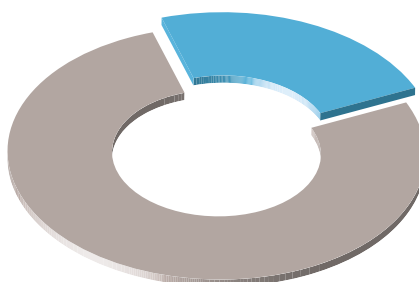
- > **implicar al sector pesquero en todas las fases de la planificación del desarrollo turístico.** Muy a menudo, durante la fase de desarrollo de las estrategias, se intenta involucrar al máximo a la comunidad, pero una vez puesta en marcha la estrategia, el desarrollo de los proyectos se suele dejar en manos de especialistas. Además, los pescadores están en general demasiado ocupados o no tienen especial interés en participar

en reuniones y debates en los que no ven un beneficio directo, razón por la que el FLAG debe hacer un esfuerzo particular para incentivar dicha participación. Esto es especialmente importante en la medida en que dicha implicación en la fase de planificación del producto puede ser esencial para sacar el máximo partido de la idiosincrasia pesquera de la zona y aportar un máximo de beneficios a la comunidad;

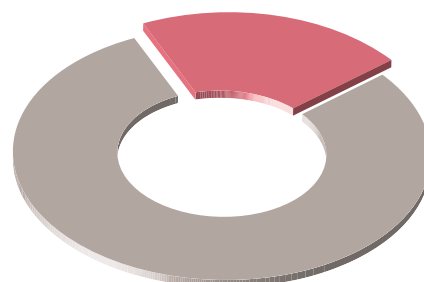
- > valorar si los pescadores (y demás agentes locales) cuentan con **suficientes competencias y conocimientos para asegurar la calidad de los servicios** ofrecidos a los turistas o, si no es el caso, al menos para concebir programas de desarrollo de capacidades que les otorguen las competencias y conocimientos necesarios (también en materia de servicio al cliente, marketing, salud y seguridad, control de

El turismo en la estrategia de los FLAG frente a la representación en los consejos directivos

FLAG centrados en los vínculos entre turismo y pesca



Representantes del turismo en los órganos decisorios





▲ Estudiantes de hostelería del área del FLAG Vänern-Kinneulle (Suecia) preparan platos de pescado local y cuentan la historia de la localidad a los visitantes.

calidad, idioma, etc.). Este desarrollo de capacidades habría de incluir igualmente un mayor convencimiento de los representantes del sector sobre el potencial turístico real de la zona, con objeto de evitar, por un lado, que se subestimen algunos de los valores del patrimonio y, por otro, unas excesivas expectativas que podrían llevar al desencanto;

- > asegurar que todos los productos turísticos de la zona (y en especial los que apoya el FLAG) **formen un paquete coherente**, más que un conjunto de iniciativas disociadas, y a veces incluso contradictorias. Los FLAG pueden incentivar la cooperación entre los diferentes actores para crear una oferta turística más completa y, seleccionando con criterio los proyectos merecedores de apoyo, evitar una competencia innecesaria dentro de la zona o el desplazamiento de las iniciativas existentes;
- > asegurar que el desarrollo turístico redunde realmente en **beneficio de la comunidad local**, es decir, que los hoteles empleen a trabajadores locales, que los restaurantes ofrezcan mercancías de producción local, pescado sobre todo, o que se encuentre información sobre las atracciones turísticas relacionadas con la pesca en los puntos de información o en los propios hoteles.

Con todo ello, como se mencionaba anteriormente, alrededor del 60% de los FLAG sitúa el turismo entre sus prioridades importantes, y solo el 23% planea explícitamente vincular más el turismo con la pesca. También es interesante destacar que, mientras casi todos los FLAG tienen representantes del sector pesquero en sus organismos de toma de decisiones, un porcentaje significativamente menor (21%) también tienen representantes, pero del sector turístico. Independientemente de si los actores relacionados con el turismo se sientan o no en los consejos directivos de los FLAG, es fundamental que los sectores de la pesca y el turismo consigan entenderse, para asegurar que los productos de ambos sean beneficiosos tanto para el mercado turístico como para la comunidad pesquera.

Esto no significa necesariamente que sean los propios pescadores los promotores de los proyectos relacionados con el turismo; estos proyectos pueden estar a cargo de empresas locales (propietarios de hoteles o restaurantes por ejemplo), ONG u organizaciones turísticas (proyectos dirigidos a promover la zona y sus valores...) o las autoridades públicas (inversiones en infraestructuras, empresas culturales...). En todos los casos, lo importante es que el FLAG sea capaz de evaluar estos proyectos desde diversas perspectivas:

1. La idoneidad del **producto turístico**, ya que no es suficiente contar solamente con «atractivos»; el turista también necesita productos (en este

sentido, los servicios también serían productos). Así pues, los FLAG deberían hacerse estas preguntas: ¿Qué producto ofrecemos? ¿Cuál es su grado de viabilidad? ¿Existe un mercado para el mismo? ¿Cuál es el grupo destinatario? ¿Cómo compararlo con los productos de la competencia? ¿Se considera que existe una demanda realista?

2. El vínculo entre este producto y **otras actividades de la zona**: ¿Cómo se relacionará con otros elementos de la oferta turística del lugar? ¿Forma -o podría formar- parte de un «paquete» más grande? ¿Qué impacto tendrá en otras empresas de la zona (positivo y negativo, en cuanto a la competición o desplazamiento de actividades)? ¿De dónde obtendrá sus trabajadores, material y servicios?
3. El **vínculo específico con el sector pesquero**: ¿De qué modo tiene en cuenta el producto los recursos relacionados con la pesca de la zona? ¿Beneficiará a los pescadores directa o indirectamente? ¿Qué condiciones deben cumplirse para asegurar dicho beneficio?

Los FLAG deberían fomentar y apoyar especialmente proyectos que aborden estas cuestiones y otras similares. En los siguientes artículos de esta publicación veremos algunos ejemplos de este tipo de proyectos. ■

Enfoque

Pescaturismo en Cerdeña: pesca y productos locales en una experiencia turística única (Italia)

La isla italiana de Cerdeña ocupa un lugar privilegiado entre las regiones europeas en lo que se refiere al pescaturismo y actividades conexas.

En la isla se practica la pesca costera, principalmente a pequeña escala, y se presta muy bien, gracias a su clima mediterráneo, al turismo y las actividades al aire libre. La región es, además, sede operativa de la asociación nacional de pescaturismo, PescaTour, creada en 2004 para promover este tipo de actividades en toda Italia. PescaTour participó activamente en los actos de preparación del Eje 4 en Cerdeña y es miembro fundador del FLAG «Costa Orientale», que como su nombre indica cubre la costa oriental de la isla. El presidente del FLAG, Fabrizio Senu, ha estado mucho tiempo involucrado en la diversificación de las actividades de su cooperativa para entrar en el mercado del turismo, así como en el refuerzo de los lazos de unión entre la comunidad local como base de clientes durante todo el año para los productos pesqueros locales.

Con la llegada del Eje 4, la isla afronta un apasionante periodo de grandes esperanzas para continuar el trabajo ya iniciado. Mientras tanto, la región ofrece ya una serie de actividades y servicios relacionados con la pesca que destacan como ejemplos de lo que pueden hacer las organizaciones pesqueras de todo el continente para asegurarse de que el turismo trabaje para ellas. En sus zonas, los FLAG pueden apoyar este tipo de actividades, pero también ayudar a crear los vínculos de unión necesarios para reforzar las iniciativas individuales y garantizar los beneficios en la totalidad del territorio.



▲ Pescaturismo con la cooperativa pesquera Sampey Mare Blu.

«Ittiturismo»

La cooperativa de pescadores de Tortoli, por ejemplo, agrupa a 40 pescadores que desarrollan sus actividades en la laguna del mismo nombre, así como en el Mar Mediterráneo, con 15 barcos de 7-8 metros atracados en Arbatax. Su presidente, Fabrizio Senu, encabezó en 1998 una iniciativa que pretendía ir más allá de la actividad pesquera, ofreciendo a los turistas la oportunidad de degustar pescado fresco recién capturado y asado a la parrilla en el lugar por pescadores locales. En ese momento, la legislación no facilitaba aún estas nuevas actividades. Los productos acuícolas obtenidos de la laguna por la cooperativa (besugo, salmonete, mejillón, ostra, berberecho...) pronto estarían contemplados por nuevas normas en materia de agriturismo, pero no fue hasta más tarde cuando la legislación pesquera se adaptaría al espíritu empresarial local, estableciendo un marco regulatorio del «turismo pesquero»,

o «ittiturismo», como se conoce en Italia. Esta legislación⁶ rige ahora una serie de actividades turísticas en tierra organizadas por los pescadores profesionales, que van desde la gastronomía hasta el ocio y el alojamiento.

La iniciativa de Tortoli, en la que 11 pescadores cocinaban sus capturas para los turistas acabó «formalizándose» en 2003, con la apertura de un restaurante «en toda regla» regentado por la cooperativa, y por el que recibió una subvención de 77 000 € (el 43% del coste total) del IFOP. Este restaurante, La Peschiera, cuenta hoy con 20 000 visitantes al año, desde Pascua hasta noviembre. Además, desde entonces se han desarrollado otras actividades que atraen cada año a 10 000 turistas más, como la pesca recreativa en la laguna, visitas guiadas o demostraciones didácticas interactivas de los métodos de pesca de la cooperativa.

⁶ Ver artículo de la pag. 26 sobre «pescaturismo en Europa».



«Las principales atracciones para el turista que llega a Arbatax son la cooperativa de pesca y su laguna, insiste Fabrizio Selenu, «junto con las cuevas Bue Marino o las ruinas megalíticas de Nuraghe».

Al sur de Tortolì, en Villasimius, una cooperativa pesquera familiar, Sampey Mare Blu, ofrece itinerarios de pescaturismo a un precio de 70-90 € por persona adulta y hasta de 50 € para los menores de 10 años, que les da derecho a pasar un día en un barco de pesca. Ignazina y su marido Gemiliano, ambos pescadores en activo, aprovechan los meses de verano para disminuir su actividad profesional y ganar algo más mostrando al visitante las técnicas de pesca local. Con ello adaptan su jornada de pesca normal, haciéndola más atractiva para los touroperadores y aprovechando igualmente para transmitir sus conocimientos del mar, de su profesión y del tipo de pescado que se captura en Cerdeña. El Sampey Simone (que es también el nombre del hijo de Ignazina y Gemiliano) zarpa a las 9 de la mañana con un máximo de 12 turistas a bordo, y se dirige hacia el punto en el que se dejaron las redes la noche antes. Las redes, de 1 km en lugar de los 5-6 habituales, se sitúan más próximas a la costa pensando en los turistas, que pueden así observar la colocación de las mismas y la recogida de la captura de salmonetes, cefalópodos, cabrachos, besugos, etc. Además, también pueden aprender a limpiar y destripar el pescado, parte del cual se cocinará a bordo. Un aspecto interesante es el hecho de que los niños, a menudo reticentes a comer pescado en casa, aquí sienten menos reparos en probar el «fruto de su trabajo». Así, estos itinerarios de 6-8 horas a bordo de un barco de pesca vienen ahora a completar la gran demanda turística de sol y playa del Mediterráneo, lo que permite al turista además nadar y visitar calas o lugares son accesibles en barco.

La cooperativa Sampey Mare Blu posee dos de los nueve barcos que practican el pescaturismo en el área del FLAG, del que también es miembro. Con el apoyo del Eje 4, espera poder mejorar la estrategia de marketing de su actividad de pescaturismo, ya que, hasta el momento, los barcos no suelen llenar más de 2-4 plazas de las 12 que poseen, lo que les obliga a ceñirse más a lo que es un día de pesca normal para poder seguir siendo rentables. Gianna Saba, presidenta de PescaTour, afirma que se necesitan más embarcaciones si se pretende dar a la zona la capacidad de satisfacer la demanda, una demanda que puede generarse fácilmente mejorando dicha estrategia de marketing. «El problema», dice, «es que, con tan solo dos barcos autorizados para el pescaturismo, una cooperativa de pesca no tiene la capacidad de acoger a los grandes grupos de turistas que los hoteles y las escuelas les enviarían. Lo ideal sería contar con cinco barcos en un puerto para el pescaturismo, lo que posibilitaría un mayor número de reservas, pero lo que realmente esperamos del Eje 4 es que nos permita disponer de 15 barcos en total en el área del FLAG. Por el momento, por ejemplo, hay 60 km de litoral que aún no ha sido explotado por el pescaturismo».

En esencia, la intención del FLAG es cumplir con dos objetivos fundamentales en lo que se refiere a su sección turística: por un lado, desarrollar un mayor número de productos turísticos relacionados con la pesca (más barcos adaptados al pescaturismo, actividades de turismo ecológico pesquero y otros servicios, como restauración y alojamiento ofrecidos por pescadores), y por otro, englobar y comercializar estos productos en paquetes más amplios como oferta turística coordinada de la zona. El primero de estos objetivos implica la participación y movilización de más pescadores emprendedores dispuestos a invertir en

nuevas actividades. En cuanto al segundo, el FLAG pretende establecer una red de productos turísticos relacionados con la pesca y crear una agencia que coordinara dicha red, supervisara la calidad y promoviera activamente esta oferta.

El objetivo es promover un tipo de turismo que sea medioambientalmente sostenible en la zona y mantenga un equilibrio saludable entre pesca, turismo y medio ambiente. Como explica Ignazina, «si hubiera más pescadores practicando el pescaturismo en verano, habría más pescado que capturar durante el invierno». Por otra parte, los objetivos turísticos coinciden con los objetivos paralelos del FLAG de reforzar la cadena de suministros pesqueros mediante la creación de una red de productores pesqueros locales. Si el FLAG tiene éxito en su empeño, la zona logrará un reconocimiento cada vez mayor por sus actividades y productos de pesca sostenibles.

Reportaje

SINERGIA ENTRE PESCA Y TURISMO EN EL DELTA DEL EBRO [ESPAÑA]

La pesca como aliado del turismo de bajo impacto

El turismo de baja intensidad predominante en el delta del río Ebro se basa cada vez más en aspectos relacionados con el sector pesquero. Además de los productos de la gastronomía local, diversos servicios turísticos relacionados con la pesca empiezan a captar la atención de los visitantes. Estos servicios pueden ir desde la pesca propiamente dicha hasta las excursiones en el mar y de observación del cultivo del mejillón y la ostra, pasando por el pescaturismo. Además, y a pesar de la crisis económica, estamos asistiendo a la aparición de una economía sostenible a nivel local, gracias al apoyo del Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca.



El lugar es algo surrealista. Desde la distancia, parece un iceberg, al que se llega conduciendo por una estrecha franja de arena de cuatro kilómetros, una especie de mini Sahara entre el mar y la laguna, y encontrando por todo el camino grandes camiones cubiertos de polvo. Al final, llegamos a un verdadero oasis, y pasamos las puertas de una especie de hacienda entre las grandes extensiones de aguas rosadas y una enorme e inmaculada montaña blanca de sal. Bienvenidos a las salinas de Trinitat, en el extremo sur del delta del Ebro.

«El color rosado del agua se debe al alga *dunaliella salina*, dieta básica de la *artemia*, cuyas larvas alimentan a los flamencos, que son los que dan dicho color a la zona», explica Mateo Lleixa, el experto que nos guía entre las jaulas. Las salinas de Trinitat abarcan 1 000 hectáreas de marisma salada y producen 25 000 toneladas de sal al año, el 90% de las cuales va a parar a la industria y el 10% a alimentación. La empresa, que emplea a unos 30 trabajadores, ha contado con el apoyo del Eje 4 a través de tres proyectos en los últimos años, mayormente dedicados a la construcción de un dique ecológico que mejore la productividad de

las salinas protegiendo a la vez una zona natural. «Las marismas saladas son beneficiosas para el medio ambiente porque previenen la erosión y la colmatación del delta. Además, atraen a muchas especies de aves», añade Mateo.

«Como puede ver, este lugar es espectacular, al igual que nuestras actividades», señala Juan Sucarrats, director ejecutivo de la empresa. «Nos gustaría darles una dimensión turística, mostrando a los visitantes nuestras instalaciones, como hacen en las Salines du Midi de Francia, por ejemplo. Hemos presentado un proyecto para ello, pero no hemos logrado los permisos medioambientales necesarios».

La Punta de la Banya, lugar de operaciones de la empresa, es en realidad una reserva natural de difícil acceso, que se extiende desde los límites de la localidad de Sant Carles de la Ràpita. La zona en su conjunto forma un área marítima que se conoce como Bahía de Los Alfaques, y que es el mayor puerto natural de Europa. También es uno de los hábitats acuáticos más importantes del Mediterráneo occidental y especialmente prolífico en aves, con 95 especies nidificantes y 330 migratorias que la utili-

zan como lugar de descanso. «La observación de las aves atrae a muchos visitantes», afirma Gala Martínez, coordinadora del FLAG Litoral Costa de l'Ebre. «El Eje 4 del FEP ha concedido 68 000 € en equipamiento para esta actividad».

Los 350 km² del delta del Ebro, nombrado Parque Natural, forman un área de grandes playas de arena casi salvajes, lagunas, arrozales, jardines y huertas, todo un patrimonio cultural con fuerte identidad. Gran parte de ella se dedica al cultivo del arroz, siendo la pesca y la acuicultura otras dos importantes actividades locales. Por otra parte, la masa de nutrientes que traen al delta las aguas del Ebro, junto con la unión de las aguas fluviales y marinas, facilita la reproducción de peces de agua dulce como la anguila, la carpa, el barbo, el siluro y la perca, mientras que los de agua salada, como la lubina, el besugo y varias especies de salmonetes y peces planos también contribuyen a mantener la activa industria de la pesca costera.



▲ Flamencos en la Punta de la Banya.

Baja intensidad

«El Delta del Ebro se ha mantenido esencialmente rural y el turismo nunca ha sido intenso, debido a la denominación de Parque Natural, pero también porque estamos muy lejos de Barcelona y Valencia. Sin embargo, el turismo es el primer recurso de la economía local», explica Lluís Joaquim Granero, director de la Oficina de Turismo de Sant Carles de La Ràpita (de 15 000 habitantes y uno de los principales puertos de pesca de Cataluña).

La localidad recibe más de 400 000 visitantes al año, especialmente de España, Francia, Reino Unido y, en los últimos años, también de Rusia. «Dos operadores locales trajeron a la zona a un millar de turistas rusos en 2012», comenta Jordi López, coordinador de la oficina local de la asociación *Station nautique*⁷, quien prosigue diciendo: «Con la ayuda de la administración municipal, en los últimos cuatro o cinco años hemos conseguido reunir a todos los operadores turísticos, y juntos hemos acordado aplicar una política de turismo genuina que otorga a la pesca un papel prioritario, aun sin haber desarrollado todavía todo su potencial. Nuestra política gira en torno a tres ejes: la Bahía de Los Alfaques, con la etiqueta «Station nautique»; la gastronomía, con la etiqueta «Sabores de España»; y el ocio, con la navegación recreativa y otras actividades acuáticas como el kite surfing. La pesca artesanal es perfectamente acorde con los tres ejes, y el Eje 4 está ayudándonos a reforzar nuestra red, que comprende cuatro empresas pesqueras, unos 20 restaurantes, 20 hoteles, y alrededor de 30 operadores turísticos, comerciantes y agentes de viajes».



▲ Turistas probando la pesca «paupa».

Paupa

Sant Carles de La Ràpita cuenta con el apoyo de tres proyectos del Eje 4 que tienen el objetivo común de promover el turismo sostenible: señalización para facilitar las visitas de la ciudad a pie; creación de un sitio web (www.enlarapita.com); y la elaboración de un folleto en catalán, español, francés, inglés, alemán y ruso que presente los múltiples atractivos turísticos y gastronómicos relacionados con la pesca local.

«Para los rusos, que siempre vienen en grupos, hemos creado un «tour de pesca artesanal», explica Jordi López. «El tour consiste en llevar a los turistas en un viaje en barco de un día por toda la bahía, con varias escalas en el camino para degustar pescado y marisco. También organizamos, con los pescadores, excursiones románticas para contemplar los magníficos amaneceres

y puestas de sol del delta del Ebro, así como itinerarios nocturnos para observar las estrellas, siempre con productos locales a bordo. Otra actividad de gran éxito es la «paupa», un tipo de pesca tradicional que consiste en la recogida a mano de lubinas y besugos capturados en grandes redes colocadas unas horas antes en las aguas poco profundas frente a la costa».



⁷ *Station nautique* es una etiqueta de calidad territorial de Francia, así como una red que en la actualidad se extiende también a España. http://www.nautical-tourism.eu/?lg_id=1

**EL EMBLEMÁTICO ATÚN ROJO:
UNA EXPERIENCIA ÚNICA Y NOVEDOSA**

Los vaqueros del mar

Pionera en la pesca y cría del atún rojo, la empresa Balfegó ha puesto en marcha recientemente una forma única de pescaturismo, diferente de cualquier otra en el mundo: ¡nadar con los atunes!

La familia Balfegó, que cuenta con una flota de seis barcos, todos en L'Ametlla de Mar, al norte del delta del Ebro, es especialista desde hace tres generaciones en la pesca del atún, y la única empresa de Europa que lo hace con red de cerco. Con sus 120 empleados, se sitúa a la cabeza del mercado español de esta especie de atún y la primera empresa pesquera española en controlar totalmente el mercado de sus capturas, «de la red al plato». De esta producción se exporta el 75%, principalmente a Asia.

En 2006, la empresa se lanzó igualmente a la cría del atún, instalando una docena de «piscinas» a unos 2,5 millas del puerto de L'Ametlla de Mar, y tratando de recrear lo máximo posible las condiciones de vida normales de esta especie.

Los atunes se capturan vivos en primavera en las aguas orientales de las Baleares, utilizando un método de pesca que evita los alevines u otras especies, y sin afectar de ningún modo al lecho marino. A partir de ahí, los atunes vivos se pasan a una red de transporte especial, en la que se transporta (muy lentamente, a no más de un nudo, para evitar causar estrés al pescado) a la piscifactoría, que se encuentra justo enfrente de la costa de L'Ametlla de Mar. En ella permanecerán entre 4 y 12 meses, periodo en el que recuperarán la grasa perdida durante el ciclo reproductivo que les llevó del Atlántico al Mediterráneo. «Esta forma de criar el atún hace de nosotros una especie de “vaqueros del mar”», dice Nuria Cherto, directora del «Tuna-Tour».



Balfegó lanzó el «Tuna-Tour» como atractivo turístico en mayo de 2012. «No es un atractivo turístico, es toda una experiencia», nos corrige Nuria Cherto. «Desde que empezamos con la cría del atún, hace unos años, hemos observado un gran interés. Ya entonces se

permitía a los clientes visitar las «piscinas» y nadar con los atunes, y aquello empezó a pasar de boca a boca. La gente nos llamaba para preguntarnos si era cierto que en nuestra piscifactoría se podía nadar con los atunes.

Con la ayuda de los 165 790 € del Eje 4, la empresa compró un catamarán para pasajeros (que costó 875 000 €), autorizado para llevar hasta 70 personas. El objetivo es organizar agradables visitas, pero también educativas, a la piscifactoría.

Las excursiones duran dos horas. En el trayecto de ida, los pasajeros pueden ver un vídeo sobre el sistema ecológico del atún y las diversas formas que existen de pescarlo. Pero el punto culminante se produce al llegar a destino, cuando los pasajeros, en bañador, se introducen en nuestras piscinas, en medio de no menos de 500 atunes. «Como puede ver, es divertidísimo para toda la familia»,



▲ Atunes atrapando las sardinas que se les lanzan desde el barco.

afirma Nuria Cherto, «desde los niños de 5 años hasta los abuelos de 89. Ahora estamos pensando en desarrollar una segunda oferta: la observación submarina de los atunes, pero a través de una empresa especializada, ya que el submarinismo es otra profesión y se dirige a un público diferente».

A su regreso, los turistas disfrutaban de otro vídeo en el que se les explican los detalles de la cría del atún y se les propone probar el producto final. «Es cierto que somos los únicos que organizan este tipo de excursiones en el mundo. Las que existen en otras partes –solo en Australia– tienen un objetivo diferente, centrándose solamente en el aspecto recreativo. Nosotros somos sobre todo una empresa agroalimentaria que, simplemente, pretende que sus clientes sepan algo más sobre la historia y la cultura de la pesca del atún y todos los aspectos relacionados, y demostrar que es posible practicarla de manera sostenible y transparente».

Entre mayo y octubre de 2012 han disfrutado del «Tuna-Tour» seis mil personas. En la temporada alta (de junio a septiembre) se hacen tres excursiones diarias. El precio es de 47 € por adulto, 21 los niños y 10 € para los grupos escolares.

Los «tours» han permitido crear ocho puestos de trabajo y, como añade Nuria Cherto, «Estamos además bien integrados en la zona. Por ejemplo, ofrecemos un precio con todo incluido que cubre el “Tuna-Tour” y una visita al barrio de los pescadores, y trabajamos en estrecha colaboración con otras atracciones locales, como la lonja de pescado y los restaurantes. Además, organizamos periódicamente seminarios para cocineros, con objeto de enseñarles cómo preparar el atún rojo. En la actualidad hay 13 restaurantes especializados en atún en el delta, que lo cocinan tanto al estilo asiático como al mediterráneo».

Este proyecto, de escala considerablemente grande, ha ayudado a desarrollar el potencial turístico de la zona de una manera innovadora, ha creado vínculos entre la industria turística y pesquera locales y creado nuevas oportunidades de empleo para la comunidad.

<http://www.tuna-tour.com/?p=home&sp=&lan=es>

Excursiones marisqueras

El delta es también una importante zona de producción de mejillones, ostras y almejas. «Galicia y el delta del Ebro son dos mercados complementarios, sobre todo para el mejillón. Cuando la temporada termina en uno, empieza en el otro. En Galicia va desde enero a mayo y aquí desde abril a septiembre». Xavier Cabrera es uno de los 60 criadores de moluscos miembros de la Federación de Productores de Moluscos del Delta del Ebro (FEPROMODEL). Cada año producen 3 000 toneladas de mejillones y 1 000 de ostras, en las cerca de 100 plataformas instaladas en el mar.

Con el objetivo de promover la producción del marisco del delta, en 2011 FEPROMODEL creó un grupo de trabajo que pretendía sacar a la luz el considerable potencial turístico de la zona, aprovechando sobre todo la ley que aprobó en 2012 el gobierno catalán autorizando el pescaturismo bajo determinadas condiciones. «Fue entonces cuando pensamos en el "Tour de los mejillones y las ostras", que saldría del puerto de L'Ampolla. La fase piloto se desarrolló bien, con 500 clientes en 2011 y unos 1 000 en 2012, entre los que había españoles, pero sobre todo rusos y franceses. Ahora, gracias a la instalación de una plataforma financiada por el Eje 4, el producto se encuentra en un punto por el que podemos afirmar que 2013 es nuestro primer verdadero año de actividad».

La subvención de 100 000 € del Eje 4 hizo posible la implantación de la plataforma, que es hoy un centro de conocimiento sobre la cría de moluscos, y la escala principal de la ruta turística, cuyos participantes (40 diarios de media) aprenden los principios de la cría de la ostra y el mejillón.

La excursión comienza en el puerto de L'Ampolla, donde un gran barco de fondo plano y capacidad de hasta 50 personas recibe a los turistas a las 10 de la mañana. El viaje por los bancos de mariscos se extiende hasta las cuatro de la tarde, haciendo escalas para degustar los productos de diversos criadores, asistir a demostraciones de limpieza de moluscos, etc., y una instructiva parada en la plataforma. El precio es de 40 € por persona, e incluye 1 kg de mejillones, 4 ostras y una botella de vino espumoso. «Es más barato que en la República Dominicana, líder en la materia», declara Xavier Cabrera. «Yo mismo fui allá para comprobarlo en persona. Están mucho más avanzados que nosotros y además reciben mucha ayuda



▲ Parte superior e izquierda: El Eje 4 financió el «Mirador de la Badia», un centro de conocimiento sobre la cría de moluscos. Abajo a la derecha: Pascual Chacón con el logo del «Peix de l'Ilotja».



del Estado. Pero el gobierno de Cataluña ha empezado a entender los beneficios de esta fórmula turística y empieza a hacer lo mismo ahora». El proyecto ha creado ya nueve puestos de trabajo (tres de ellos estacionales): uno de capitán, otro de marinero, dos de camarero y dos de guía/intérprete de inglés, francés y ruso.

En julio de 2012, otro proyecto del Eje 4 también sirvió para crear empleos, más modestamente pero con una base igual de sólida. Los 29 000 € del proyecto permitieron abrir una tienda a la cofradía de pescadores de Les Cases d'Alcanar (35 miembros), aprovechando el espacio libre de sus oficinas, en el que hoy venden sus productos locales. ¿El objetivo? Promover la producción artesanal del delta, creando al mismo tiempo nuevos puestos de trabajo. «Nosotros vendemos cerca de 50 productos diferentes, pero pocos relacionados con la pesca, aparte de las tarrinas y el pescado seco, porque los productos frescos o perecederos requieren un equipamiento demasiado caro para nosotros», explica Esteban Formós, antiguo pescador y que hoy trabaja en la tienda tras verse obligado a dejar la pesca por una herida grave en la pierna. «El volumen de negocios está aumentando gradualmente. Estamos abiertos todo el año pero la temporada alta es el verano, gracias a los turistas, que son el 50% de nuestra clientela».

Pescado fresco de la lonja

«El delta es famoso por la calidad de su productos, ya sean agrícolas (el excelente arroz "bomba", la fruta, etc.) o acuícolas (mejillones, ostras y demás moluscos)», dice Pascual Chacón, secretario de la cofradía Deltebre. «Esa es una de las razones por las que los turistas vienen aquí, si bien nos dimos cuenta de que no les resultaba fácil encontrar pescado fresco, que solo servían nueve restaurantes del delta. Y eso que la calidad de la gastronomía local ha aumentado considerablemente en los últimos 15 años».

Así, y con el fin de promover el pescado de captura local, Pascual Chacón y sus colegas de los distintos puertos de pesca pusieron en marcha la Asociación de cofradías de pescadores y marineros del Delta del Ebro, un grupo formado por cinco cofradías cuya cifra de negocios alcanzó los 44 millones de € en 2012. El principio es animar a los restaurantes a que compren sus productos en las subastas locales (cuatro de ellas participan) para ofrecer pescado fresco a sus clientes. «Desde un punto de vista económico, perseguimos un doble objetivo: promover el pescado local y subir el precio en las subastas. Respecto a esto último, ya hemos logrado nuestro propósito, ya que los precios de temporada han aumentado un 20% el último verano, en lugar del 15% habitual».

Por otra parte, se han establecido unas especificaciones técnicas y los restaurantes participantes tienen a la entrada una placa que indica «Peix de llotja» (pescado de lonja), con una o varias estrellas dependiendo de la cantidad de pescado que compran en la lonja: una estrella para compras de 3 000-6 000 € al año, dos entre 6 000-12 000 € y tres para cantidades superiores. En la actualidad hay tres restaurantes de una estrella, cuatro de dos estrellas y cinco de tres. «Decidimos limitar a 12 el número de restaurantes participantes, y ello tanto en interés del control de calidad como para simular el de otros restaurantes. En la actualidad otros quince restaurantes están en lista de espera». El proyecto recibió 16 000 € del Eje 4 para el lanzamiento de la red, la elaboración de las especificaciones técnicas y el mecanismo de control de calidad, la producción del material promocional (logo, placas, etc.) y la creación de un sitio web multilingüe (<http://peixdellotja.com/> actualmente en construcción).

«No somos el típico destino turístico de playa, sino un lugar de turismo gastronómico y de disfrute al aire libre, afirma Pascual Chacón, pero dependemos demasiado de las excursiones. Cada día acogemos a 1 500 visitantes, pero estos llegan por la mañana y se van por la tarde. Por eso, y junto con nuestro nuevo enfoque hacia la gastronomía, los nuevos servicios relacionados con la pesca que se han puesto

en marcha en el delta en los últimos dos o tres años -me refiero a los "tours de los moluscos", el "tour del atún" de Balfegó (ver cuadro) y a las excursiones pesqueras- son una buena manera de convencer a los turistas de que se

queden más tiempo. Otra razón que me hace ser optimista es el hecho de que esta área se haya salvado de los desastres medioambientales y de la planificación urbana que ves en otras partes de España». ■

LITORAL COSTA DE L'EBRE (España)



Superficie:
928 km²

Población:
74 263 habitantes

Densidad:
80 habitantes/km²

Presupuesto del Eje 4	EUR			
	UE	Nacional	Privado	Total
Total	999 900	2 000 100	–	3 000 000

CONTACTO
Grup d'Acció Local Litoral Costa de l'Ebre
A/A Gala Martínez Abril
Corsini 1, Cantonada Torreta
E-43870 Tortosa
Tfno. +34 620 11 83 93 – Fax +34 977 702 296
grupacciolocalitorallebre@gmail.com
<http://www.ebrelitoral.cat>



Pescaturismo sí, pero...

A diferencia del ictioturismo y el turismo pesquero, más tradicionales, el pescaturismo aún plantea problemas a los pescadores del delta del Ebro.

Las muchas opiniones que hemos recabado para este informe nos han servido para conocer su opinión acerca del pescaturismo. Veamos algunos de sus comentarios:

«Creo que es una gran idea promover los productos de la pesca, actividades que hagan participar a los turistas y les permitan vivir una experiencia propia», opina Esteban Fornos, un expescador que ahora lleva una tienda de productos locales en Les Cases d'Alcanar (ver artículo principal). «En ese sentido, el pescaturismo es muy buena idea, un modo de mostrar al visitante nuestra manera de vivir y trabajar, tanto hoy como en el pasado, así como a la población autóctona, que no siempre lo sabe todo sobre la pesca y los pescadores».

De la misma opinión son Joan Llambrich y Josep Margalef, presidente y secretario respectivamente de la cofradía de L'Ametlla de Mar (280 pescadores, 55 barcos), «Aquí tenemos tres empresas interesadas en el pescaturismo. Se trata de una solución que podría ser muy ventajosa para los pescadores, ya que, sea cual sea el precio que pague el turista a bordo, el pescador siempre aportará valor a su

pesca. Sin embargo, la fórmula necesita adaptarse de alguna forma, porque los turistas no siempre están dispuestos a pasar ocho, nueve o diez horas en el mar viendo trabajar a los pescadores. En un barco más grande, sería como pasar el día entero en una fábrica. El pescaturismo es más adecuado para la pesca costera a pequeña escala, que puede ofrecer itinerarios relativamente cortos».

Pascual Chacón, secretario de la cofradía Deltebre, tiene otro argumento: «En el delta hay entre 30 y 40 pescadores que estarían dispuestos a aventurarse en el pescaturismo como actividad complementaria, pero tendrán que esperar otro año o dos, ya que esto implica a muchas administraciones, no necesariamente muy bien coordinadas. La pesca es un tema importante para el gobierno regional, y a ese nivel la ley recientemente aprobada por el gobierno catalán soluciona el problema, pero todo lo que tiene que ver con la seguridad, por ejemplo, depende del Gobierno central de Madrid, que aún está trabajando en ello».

En resumen, el pescaturismo podría ser una idea interesante para los profesionales de la zona, pero las opiniones están divididas y la legislación aún debe evolucionar.

Gente

Stephanie Maes:

«Cambiar las mentalidades es un proceso lento, también en el sector pesquero.

De cualquier modo, la manera más eficaz es mostrar los primeros resultados de los proyectos ya aprobados».

Entrevista con Stephanie Maes, directora del FLAG del Litoral Belga.

FARNET Magazine: Díganos algo más sobre usted. ¿Cuál es su formación y su relación con el sector pesquero?

Yo estudié geografía y he trabajado siempre con sistemas de información geográfica (SIG). Uno de los proyectos en los que he trabajado fue un proyecto europeo llamado EFRO, que consistía en la recopilación de datos económicos de diferentes fuentes. Fue mi primera experiencia en gestión de proyectos europeos. Era un trabajo apasionante, pero echaba de menos el trato directo con la gente, y esa fue la razón por la que me interesé por el puesto de director del FLAG.

El sector pesquero de por sí ya era completamente nuevo para mí. Tuve que aprenderlo todo desde cero y conocer a todas las personas implicadas, aunque esta labor al final fue menos dura de lo que había pensado. El sector pesquero puede dar la impresión de ser una comunidad muy cerrada, pero me sorprendió la capacidad de apertura y aceptación de la gente.

¿Cuál es la situación actual de la pesca en Bélgica?

El sector pesquero belga pasa por dificultades. Los costes de explotación son muy altos, debido a que nuestros barcos son relativamente grandes. Los bancos pesqueros están muy dispersos y existen muchas normas que hay que respetar, lo cual no hace nada fácil llevar un negocio.

La pesca costera implica solo a una pequeña parte de la flota, con barcos que se utilizan para la pesca deportiva, que no está sometida a regulación. Las reglas y normativas (requisitos de seguridad y competencias) no están adaptadas a la pesca costera, lo cual representa una barrera de entrada.

Además, las instalaciones de elaboración de pescado en la región son escasas y los productos suelen exportarse, lo que significa que el valor añadido va a parar a otra parte.

¿Cuál fue la primera reacción de los pescadores al Eje 4? ¿Cómo consiguió hacer que se interesaran por el concepto del programa y, de manera más general, por el desarrollo local?

El sector tuvo sus objeciones al programa, porque se vio como «coger dinero de otros Ejes del FEP». Al principio, el desarrollo sostenible se interpretaba en su sentido más estricto, es decir, en el



Stephanie Maes

Stephanie Maes, geógrafa, ha sido directora del FLAG del Litoral Belga desde abril de 2011. Bajo su cargo se ha promovido el FLAG y su estrategia ante las diversas partes implicadas (pescadores, empresarios y organizaciones correspondientes), y gracias a su labor se han aprobado 22 proyectos. La próxima convocatoria (y probablemente la última) estará abierta hasta noviembre de 2013.

aspecto ecológico. Cuando conseguimos hacer entender que el desarrollo sostenible tenía en cuenta no solo los efectos ecológicos sino también los económicos y sociales, y que su objetivo era garantizar el futuro del sector, logramos abrir el diálogo.

Pero cambiar las mentalidades es un proceso lento, también en el sector pesquero. La manera más eficaz es mostrar los primeros resultados de los proyectos ya aprobados. Lo primero que hice fue mirar los proyectos de otros FLAG y utilizar los ejemplos que podían aplicarse a nuestra situación. Ahora, sin embargo, puedo basarme en nuestros propios resultados.



El FLAG del Litoral Belga: uniendo la pesca, la gastronomía y el turismo



El FLAG belga cubre toda la costa del país, es decir, 66 km. Alrededor de 220 000 habitantes pueblan la zona, de los cuales, aproximadamente 300 trabajan en la pesca, la acuicultura o la elaboración de pescado, y están registradas setenta y tres empresas relacionadas con la pesca.

Bajo el auspicio de la provincia de Flandes Oriental, la estrategia de colaboración del FLAG incluye la participación de representantes del sector pesquero, de las lonjas de pescado, de las comunidades locales y otras partes implicadas. Dicha estrategia fue aprobada a principios de mayo de 2011.

El presupuesto para el periodo 2007-2013 asciende a 4 428 410 €, de los que el 37% (1 900 000 €) procede del Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca.

Para octubre de 2013, han sido aprobados 22 proyectos, entre ellos:

- *Valduvis*: desarrollo de un sistema de puntuación para evaluar las diferentes características (sociales, económicas y medioambientales) de los productos pesqueros locales, con el fin de introducir un sistema de etiquetado MSC.
- *Fish2know*: promoción del consumo de especies locales a través de una iniciativa en la que participan estudiantes de hostelería, pescadores y empresas locales, y que pretende dar a conocer y fomentar la distribución sostenible a nivel local.
- *Cool! Ik voel!*: un acuario interactivo integrado en un museo pesquero nacional, donde se proporcionará formación a los pescadores para que participen en talleres de intercambio de conocimientos con niños.
- *North Sea chefs and fishermen (Chefs y pescadores del Mar del Norte)*: creación de un mercado para el pescado considerado de poco valor a través de la colaboración entre chefs y pescadores locales.
- *Taskforce towards sustainable fisheries (Grupo de trabajo para una pesca sostenible)*: iniciativa de cooperación entre Gobierno, organizaciones de productores y organizaciones medioambientales para fomentar la transición a la pesca sostenible.
- *Langoustine project (Proyecto del langostino)*: reintroducción de la pesca tradicional del langostino e investigación de posibles mercados.
- *100%FISH*: taller para aprender a aprovechar todas las partes del pescado y promover su consumo.



A pesar de lo relativamente corta que es la costa belga, la presión turística es una de las más altas de Europa. ¿Qué puede hacer el FLAG para ayudar al sector pesquero en estas circunstancias? ¿Ve esa presión turística como una amenaza o como una oportunidad?

La afluencia de turistas es una oportunidad. Es cierto que la legislación y el tamaño de los barcos no dejan mucho camino al pescatismo, pero debemos aprovechar y explotar el gran número de turistas que visitan nuestra región. Los visitantes son clientes potenciales de nuestros productos pesqueros.

Los turistas vienen a la costa no solo por las playas, el sol y el mar, sino también por nuestra gastronomía local. Desafortunadamente, nuestros productos pesqueros no son muy conocidos, y el volumen de pescado importado puede incluso hacer pensar a los consumidores que no hay una verdadera oferta de productos locales. Mostrarles lo que hay detrás de dichos productos y hacer que conozcan a los productores puede ayudar a resolver este problema.



¿Puede darnos una idea de los tipos de proyectos que ha apoyado? ¿Cuáles considera más útiles como ejemplo de su estrategia de unir el sector pesquero y el turístico?

Uno de nuestros grandes objetivos es promover las capturas locales, para lo cual han sido aprobados distintos proyectos enfocados a distintos grupos destinatarios. No obstante, el mensaje es siempre el mismo: informar, mostrar y animar a probar los productos locales.

El FLAG ve a los chefs como embajadores de nuestros productos, de su gran variedad y versatilidad, ante el público, algo así como los encargados de marcar tendencias. A finales de 2013, por ejemplo, lanzamos el proyecto «A l'Ostendaise», que vinculaba a 20 restaurantes con pescadores locales. Cada mes, los restaurantes participantes sacaban una especie distinta de pescado y la promovía ante sus consumidores. La idea es, pues, hacer que los chefs se adentren en el mundo de los pescadores, que «cuenten también sus historias», a través de sus platos.

Como complemento a este proyecto, el FLAG aprobó igualmente un proyecto llamado de «maridaje» de pescado. El «maridaje» es un método que consiste en identificar qué alimentos se combinan bien entre ellos. Se trata de una fuente de inspiración que permite a los chefs crear nuevas combinaciones de ingredientes en sus platos. El maridaje no se basa en la intuición del cocinero ni en la adaptación de recetas existentes; es un método científico que ofrece una visión objetiva de las posibles combinaciones.

Los chefs han comentado la escasez de especies que hay en esta base de datos, con lo que, al llegar al FLAG, los científicos pidieron apoyo para investigar 18 especies y tres maneras diferentes de prepararlas. El resultado ha sido la elaboración de un «esquema gráfico de maridajes», en el que pueden verse todas las combinaciones posibles.



▲ Proyecto «Fish2Know» – un alumno aprende a cocinar especies poco conocidas.



▲ Barco de pesca zarpando desde Ostende.

Algunos de estos proyectos, como el «Fish2Know» por ejemplo, interesan a otros FLAG de Europa. ¿No ha recibido propuestas de cooperación? ¿De qué manera podría ayudar a otros FLAG?

En realidad, la idea del «Fish2Know» se inspiró en la Seafood School de Sídney, Australia, que enseña al público cómo cocinar especies menos conocidas. El director gerente de la Subasta Flamenca estuvo allí durante unas vacaciones y tuvo ocasión de visitar la escuela, volviendo con la idea y proponiéndola al FLAG. Para entonces, el FLAG sueco del «Lago Vänern» también había desarrollado un proyecto para estudiantes de hostelería.

En la actualidad, el proyecto está totalmente activo y en funcionamiento. La mitad del programa está completa, y la otra mitad está reservada y se pondrá en marcha a partir de septiembre de 2013. Por lo demás, estamos ahora buscando soluciones que garanticen la continuidad del proyecto más allá del Eje 4.

Por otra parte, se ha elaborado un paquete educativo, que ha solicitado el FLAG Hoogeland de Holanda para expandirlo a través de su red. Hasta ahora, sin embargo, no hemos tenido ninguna propuesta de cooperación.

¿Cómo ve su papel como directora del FLAG? En otras palabras, ¿qué debería ser, o no ser, un director de FLAG?

En primer lugar, pienso que el papel y el perfil de un director de FLAG depende mucho de su zona de pesca y de los actores implicados, pero en general, lo más importante es que seas un socio de confianza. Es esencial hablar con las demás partes interesadas. Una de las primeras cosas que hice cuando empecé en este trabajo fue visitar a los que realmente conocen el sector. Eso me ayudó mucho a la hora de ubicar a cada parte. Pero al final tienes que tomar la iniciativa de reunirte tú mismo con los pescadores, empresarios, etc. En definitiva, me fui al muelle y me presenté, y a partir de ahí la gente empieza a hablarte, ya que se dan cuenta de que te interesas. Una buena primera impresión siempre es importante, y para

ello es esencial una buena primera toma de contacto, adaptada a los interlocutores a los que te diriges. No puedes empezar contando de golpe todos los detalles del Eje 4. Preocúpate más bien de comunicar un mensaje breve que luego puedas desarrollar convenientemente. La gente aprecia realmente que salgas de tu despacho y trates de entender su mundo, e incluso ver con ellos los retos a los que se enfrenta el sector y las posibles soluciones.

Como directora de FLAG, creo que tengo la importante misión de unir a las personas y transmitir información; pero es cierto que algunas ideas son nuevas y no todo el mundo quiere que las difundas. Y por otra parte, la cooperación es importante, por lo que el auténtico desafío está en encontrar el equilibrio y el momento adecuados para reunir a la gente, para hacer sugerencias, o para insistir en ellas.

También es necesario ser flexible. Hoy, por ejemplo, no he podido empezar con mi agenda del día hasta las 16:00. A veces tienes que establecer prioridades para poder ver los resultados después. Cada día es diferente, tienes que pensar y trabajar con los promotores de los proyectos, y tratar de tener en cuenta sus propias responsabilidades, sus riesgos de inversión y sus necesidades.

¿Cuáles son las perspectivas del FLAG para el próximo periodo?

Espero que podamos crecer para apoyar la iniciativa empresarial y nuevas ideas relacionadas con la pesca. El FLAG confía en este crecimiento. En la última reunión decidimos dejar de gastar dinero en promoción y dedicarlo a estimular nuevas ideas. Por ejemplo, científicos y pescadores deben ser capaces de trabajar más estrechamente y con plazos más acordes con las realidades comerciales. La pregunta es, ahora, ¿qué datos o qué investigaciones necesitamos para hacer crecer a las empresas? ■

**Entrevista realizada (en inglés)
en Agosto de 2013.**

Reportaje

LA FORMACIÓN COMO VÍNCULO DE UNIÓN ENTRE LA PESCA Y EL TURISMO EN LA LAPONIA FINLANDESA

El eslabón perdido

En el extremo norte de Finlandia, algunos pescadores han dirigido sus actividades hacia el turismo como medio de diversificación y aumento de sus ingresos. El proceso se inició con un programa de formación apoyado por el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca.

«En dialecto finés del norte, la expresión “ve a pescar” se dice “ve y pregunta si puedes conseguir pescado”». Esta reflexión del director del FLAG de Laponia del Norte y Oriental, Markku Ahonen, es tan profunda como los lagos y bosques de esta región de Europa, situada a más de 150 km al norte del Círculo Polar Ártico. La expresión refleja perfectamente la mentalidad y la esencia de Laponia, de todo lo que puede ofrecer, siempre que se respete su entorno único y sus abundantes recursos. También puede ser una buena forma de acoger a los turistas «del Sur», que acuden cada vez más numerosos a experimentar las emociones del turismo pesquero, como la de capturar un lucio de 60 cm de largo casi cuando acabas de lanzar el anzuelo al río, o montar en trineo en un lago helado acompañando a un pescador a recoger sus redes por el hielo.



▲ El pescado es la estrella del Festival de Cine del Sol de Medianoche.

El área del FLAG es la segunda más grande de las 308 que cubre el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP)⁸, abarcando, con sus 33 500 km², una superficie mayor que la de países como Bélgica. «La distancia entre los asentamientos es un constante desafío en nuestro trabajo», dice Markku Ahonen, «pero también una enorme oportunidad. ¿En qué otro lugar de Europa puedes encontrar estas extensiones de tierra virgen?

Ahonen muy bien podría haber añadido: «y tan grandes extensiones de agua dulce en la UE, aparte de los lagos Vänern y Vättern en Suecia, Saimaa en Finlandia y Peipsi en Estonia».⁹ Las zonas de pesca de Laponia del Norte y Oriental se extienden a lo largo de 3 000 km² de aguas interiores, incluyendo los 1 040 km² que ocupa solamente el lago Inari. Son aguas repletas de peces, con seis especies ya explotadas comercialmente: el corégono, la trucha, la perca, el corégono blanco, la lota y el lucio. Pero en los últimos años, el sector ha sufrido ciertos reveses que han obligado a los pescadores a encontrar otras fuentes de ingresos.

Fuentes alternativas de ingresos

A principios de los años 2000, el municipio de Sodankylä (9 000 habitantes y nada menos que 12 445 km² de superficie), uno de los tres de la zona del Eje 4, contaba con 40 pescadores profesionales, principalmente de corégono blanco. Tras la ley que obligaba a cambiar la pesca de arte de trampa por la de red de enmalle, los pescadores se vieron obligados a practicar una pesca más selectiva, que llevó a una sobrepoblación del corégono y después una infección de esta especie por un parásito, el *Triaenophorus crassus*. En 2009, se estima que resultó afectado entre el 70 y el 90% de los peces. Para compensar, los pescadores se dirigieron hacia la perca y el lucio, pero la demanda de esta especie era más baja en ese momento, por lo que vieron desplomarse sus ingresos y la mitad de los pescadores acabaron abandonando la industria.

Los 20 pescadores restantes comenzaron a pensar en otras fuentes de ingresos, siendo el turismo la opción más prometedora. «Fue una elección obvia», dice Hanna-Leena Talvensaari, directora del Grupo de Acción Local Leader (GAL) para Laponia del Norte, la estructura de apoyo del FLAG. «Nos aproximamos al millón de visitantes al año, la mitad de ellos en invierno. El turismo está creciendo, y es el sector de mayor potencial de desarrollo local.

⁸ La zona de pesca de Finlandia Oriental (FI05) es mayor.

⁹ Ver FARNET Magazine nº 5.



▲ Lago Lokka.

Además, es el principal objetivo de nuestro programa Leader, que cuenta con un buen número de proyectos llevados a cabo por asociaciones rurales (senderismo, circuitos de mountain bike...), apoya a muchas empresas turísticas y organiza eventos festivos. El proyecto que propusieron los pescadores al FLAG complementaba bastante bien el proceso iniciado con el programa Leader».



▲ El cursillo de primeros auxilios fue una parte importante de la formación.

Los pescadores se dirigieron al FLAG, que en aquel momento estaba recién creado. «Inmediatamente sentimos que nos escuchaban», dice uno de los pescadores con los que hablamos, «la colaboración entre el FLAG y el municipio fue excelente y, gracias a ella, logramos el apoyo de muchos pescadores, que desde el principio habían estado muy implicados».

Las primeras conversaciones con el municipio tuvieron lugar en julio de 2009. El primer paso fue la elaboración conjunta de un cuestionario de valoración de necesidades que se envió a los pescadores a tiempo completo. Un mes después estaba definido el borrador del proyecto con la ayuda del FLAG, y los pescadores se inscribieron en un programa de formación orientado a dos objetivos principales: adquirir las competencias y autorizaciones legales necesarias para acoger pasajeros, y crear y desarrollar productos turísticos estructurados basados en la pesca.

Así, Marjo Harjula, consejera de turismo del municipio, preparó una solicitud de subvención con la ayuda del FLAG, que fue aprobada y enviada a la autoridad de gestión, que a su vez la aprobó en noviembre, con un importe inicial de 78 000 €.

«La idea básica es que el turista sienta lo que siente el pescador, ya sea observando su trabajo o pescando él mismo. En el primer caso, estaríamos hablando de pescaturismo», comenta Kaisa Annala, la persona encargada de la primera fase del proyecto (ver cuadro). «Pero de un modo u otro, lo verdaderamente prioritario era que los pescadores adquirieran la formación básica y aprobaran los distintos exámenes para obtener las autorizaciones necesarias».

La formación consistía inicialmente en cursos de seguridad (primeros auxilios, licencia para navegar con turistas a bordo, conocimiento de la legislación relevante, etc.) antes de centrarse en el servicio al cliente y el desarrollo del producto (ver detalles en el cuadro de texto). Los cursos eran impartidos por un instructor especializado en cada tema. En total, participaron 20 pescadores en las dos fases de la formación y, en la actualidad, 10 están ya cualificados para hacer excursiones con turistas.





Un completo programa de formación

El programa de formación turística para los pescadores de Sodankylä se desarrolló en dos fases, completadas por cinco viajes de estudios (visitas a empresas y exposiciones de turismo). Los cursos del programa fueron los siguientes:

1ª fase (2010-2011)

- > Licencia para el transporte de pasajeros: 1 día
- > Primeros auxilios: 2 días
- > Seguridad en el trabajo y certificación: 1 día
- > Formación en procedimientos de seguridad: 1 día
- > Desarrollo de productos (formación colectiva e individual): 2 días
- > 5 visitas de estudio

2ª fase (2012-2013)

- > Seguridad del consumidor (legislación): 1 día
- > Desarrollo del turismo pesquero como producto: 1 día
- > Formación sobre terminología específica del turismo pesquero, en inglés: 1 día
- > Subvenciones públicas disponibles para la promoción del turismo: 1 día
- > Introducción a los medios sociales de comunicación: 2 días
- > Primeros auxilios: 1 día
- > Rescate en el agua y alrededores: 1 día
- > Acogida y orientación de clientes: 1 día
- > Especificaciones y carta de calidad: 1 día
- > Puesta en marcha de la excursión («relatos»): 3 días
- > Cultura e idioma rusos: 2 días
- > 5 viajes de estudio a ferias
- > Desarrollo de productos (formación individual): 1 día



Presupuesto

Coste (EUR)	Eje 4 del FEP	Nacional	Municipio de Sodankylä	Total
Fase I	30 186	40 014	7 800	78 000
Fase II	33 058	43 820	8 542	85 420
Total	63 244	83 834	16 342	163 420

Segunda generación

A noventa kilómetros de Sodankylä, pero dentro del mismo municipio, se encuentra el pueblo de Lokka, con una población de menos de 100 habitantes, la mayoría pastores de renos o pescadores. De estos últimos, 15 están registrados como profesionales a tiempo completo. «Es solo la segunda generación de pescadores», afirma Markku Ahonen, «porque aquí la pesca comercial no empezó hasta que se construyó el lago del embalse en 1967». Lokka se encuentra junto a la presa que transformó la parte alta del río Luiro en un enorme lago de 244 km³, rico en caladeros. «Tras la inundación de las tierras, los padres de esta generación volvieron a la pesca, pero sobre todo como actividad de subsistencia. La segunda generación de pescadores ha convertido la pesca en una verdadera actividad comercial, con un claro interés por la calidad. El pescado de Lokka tiene una excelente reputación en la industria alimentaria finlandesa».

En 1997, los pescadores locales formaron la «Cooperativa de Recursos Naturales de Lokka», que en la actualidad lleva una unidad municipal de elaboración, fileteado, congelado y envasado de pescado. La mayor parte de la producción se transporta en camión hasta el sur de Finlandia. «Se necesitan 32 horas desde la captura hasta que sale a la venta en Helsinki, a 1 000 km de Lokka,» comenta Risto Pyhäjärvi, miembro de la cooperativa y vicepresidente del FLAG. «Alrededor del 10% de nuestro pescado se vende directamente a los hoteles y restaurantes de Laponia y el centro del país. El resto lo compran los mayoristas, aunque actualmente estamos desarrollando nuestro propio sistema de distribución para no tener que depender de los intermediarios y conseguir mejores precios».

Como su nombre indica, la cooperativa no se limita a la pesca, aun siendo su principal actividad. «La pesca genera el 85% de la producción; el resto se divide, de manera equitativa, por el momento, entre el servicio de hostelería que ofrecemos a la escuela del pueblo, el comercio de la carne de reno y el turismo. Por diversas razones, incluyendo los problemas que tuvimos con el corégono blanco en 2009-2010, nos decantamos por el último.

Una vez así organizados, nueve pescadores de Lokka participaron en el programa de formación de turismo pesquero. «Ya estábamos familiarizados con una forma de turismo, a través de encuentros casuales y turistas que vinieron a Lokka, pero queríamos hacerlo profesionalmente y también desarrollar el pescaturismo».

Turismo de naturaleza en invierno

Risto y dos compañeros de la cooperativa, que también cuentan con las licencias requeridas, comercializan ahora seis de los once productos que desarrollaron durante el curso de formación (ver cuadro de texto). «Juntos, podemos atender a todo un autobús de gente». Algunos de los servicios los ofrece la cooperativa como entidad, pero la mayoría se organizan individualmente. En 2012, primer año de actividad, Risto llevó a unos sesenta turistas en itinerarios de pesca o pescaturismo, lo que le supuso veinte días de trabajo. La mayoría de los trayectos se

hacen en invierno, la temporada más aconsejable, ya que la pesca en Lokka es más tranquila entre enero y marzo.

Hanna-Leena Talvensaari, coordinadora del grupo Leader; comparte esta opinión: «Las mejores oportunidades se encuentran sin duda en el turismo de naturaleza de invierno. Es en invierno cuando el visitante disfruta de lo auténtico y lo apasionante del esquí, las motosnieves, los trineos de perros y, ahora, el pescaturismo. Y para la zona, es en invierno cuando el turismo tiene mayor impacto económico, ya que suele ser el turista invernal el que tiene dinero y busca nuevas experiencias. En verano también hay actividades, como el Festival de Cine del Sol de Medianoche¹⁰, pero el visitante suele ser más bien turista de autocaravana, más autosuficiente y que gasta menos. En cualquiera de los casos, los turistas saben lo que quieren y no puedes engañarles».



¹⁰ Festival que organizan desde 1986 los directores Mika y Aki Kaurismäki en Sodankylä, a los que asiste la flor y nata del mundo del cine.



▲ Pesca en el hielo del lago Lokka.



▲ Pesca de río en el Luiro.

Once productos de turismo pesquero

Excursión	Dónde	Duración	Cuándo	Tamaño del grupo	Precio
Pesca en hielo	Lago Lokka	3 horas	Ene-abr	3 personas mín.	85€/pers.
Pesca con red en invierno	Lago Lokka	3 horas	Ene-abr	3 personas mín.	65€/pers.
Pesca de invierno	Lago Lokka	7 horas	Navidad-mayo	1-4 personas	200€* + 30€/pers.
Pesca con redes de cerco en invierno	Lago Unari	3 horas 8 horas	Dic-abr	1-20 Personas	150-190€* 220-280€*
Excursión de invierno – Pesca con red	Lago Lokka	3 horas	Nov-abr	2-4 personas	70€/pers.
Pesca de río	Río Luiro	6 horas	Jun-sep	4 personas	240€* + 15€/pers.
Pesca de río	Río Sattasjoki	7 horas	Temporada de aguas abiertas	1-2 personas	480€* + 25€/pers.
Pesca de verano	Lago Lokka	6 horas	Jun-oct		180€* + 70€/pers.
Pesca en aguas abiertas	Lago Unari	1 hora	Temporada de aguas abiertas	1-20 personas	20€/pers.
Excursión en canoa	Río Postojoki	2 días 1 noche	Jun-oct	1-3 personas	410€* + 70€/pers.
Excursión de la mora amarilla	Pomokaira Sodankylä	6 horas	Finales de verano	1-4 personas	170€* + 25€/pers.

*Tarifa fija por equipo.



▲ Risto Pyhäjärvi y su pesquero de río.

Comercialización

«La demanda está creciendo, lenta pero segura», comenta la representante de turismo, Marjo Harjula. «Hoy contamos con algo estructurado que ofrecer al visitante. Siete pescadores disponen ya de todas las autorizaciones, competencias y formación necesarias para poder ofrecer servicios de calidad. Hasta ahora, en términos de pesca, solo podíamos ofrecer productos «básicos» sin ningún valor añadido real, puestos de pesca con caña en algunos ríos y lagos, por ejemplo».

«Ahora tenemos que trabajar en el marketing, pero eso lleva tiempo», dice Risto Pyhäjärvi. Los 11 paquetes de ofertas elaborados durante el programa de formación han sido presentados dos veces en Helsinki: en Riihimäen Erämessut, la mayor feria de caza y pesca de Finlandia, en junio de 2012, y en MATKA-messut, la feria turística más importante del norte de Europa, en enero de 2013.

El turismo pesquero en Sodankylä será este año el tema de un programa de televisión nacional. También lo promueve una importante estación de esquí, la de Pyhä-Luosto, pero el marketing se lleva a cabo principalmente a través del sitio web y los folletos publicitarios del municipio, en Facebook, los propios pescadores y, a menudo, el boca a boca, lo que explicaría por qué hasta ahora todos los clientes son finlandeses.

El proyecto ha sido imitado en otras partes del país. El FLAG de Vakka-Suomi, por ejemplo, ha emprendido acciones similares, y el del Golfo de Botnia pretende hacer lo mismo. Un grupo danés y otros FLAG de otras partes de Europa también se han dirigido a Markku Ahonen solicitándole información, especialmente después de la presentación del proyecto en la conferencia de la FARNET de noviembre en Bruselas (ver FARNET Magazine nº 5).

Pero ahora que ha pasado un año, cabe preguntarse qué piensan de todo esto las personas más implicadas. «Pues ya que me lo pregunta, yo les daría tres consejos», afirma Risto Pyhäjärvi: «primero, hacer cursos de formación, esto es esencial; segundo, mantener la mente abierta; y por último, olvidarse del individualismo y relacionarse con los clientes. Pero lo más importante es disfrutar de ello. Lo que a mí me gusta del turismo es la oportunidad que supone para hacer feliz a la gente, sobre todo a los niños. Y

el hecho de estar allí cuando alguien pesca su primer pez, y compartir alegrías y frustraciones también me hace feliz a mí. Eso es lo que me motiva». ■

POHJOIS- JA ITÄ-LAPIN KALATALOUSRYHMÄ (Finlandia)

Superficie:
33 500 km²

Población:
25 000 habitantes

Densidad:
0,75 habitantes/km²

Presupuesto del Eje 4 (2008-2011)	EUR			
	UE	Nacional	Municipal	Total
Total	240 000	319 200	56 800	616 000

CONTACTO
FLAG de Laponia del Norte y Oriental
A/A **Markku Ahonen**, Director
Pohjois- ja Itä-Lapin kalatalousryhmä,
Sairaalan tie 3b,
FIN-99800 Ivalo
Tfno. +358 40 704 6094 – Fax (358) 16 687 465
markku.ahonen@pll.fi – www.pll.fi

Aires de negocios

FRANCIA

Haliotika – La Cité de la Pêche

TCoste total: EUR 270 000 – **Contribución de la UE (Eje 4 del FEP):** EUR 49 854

«Inaugurada en Guilvinec (Breña) en 2000, Haliotika – La cité de la Pêche (La Ciudad de la Pesca) es un centro de interpretación moderno e interactivo que introduce al visitante en el mundo de la pesca marina. Su estructura, única e innovadora



en la costa Atlántica, recibe 47 000 visitas al año. En su terraza panorámica con vistas al puerto, los visitantes se preparan, a eso de las 17: 00, para ver el regreso de los barcos. El centro organiza visitas a las lonjas (a las 5: 30 y a las 16: 30), talleres temáticos y excursiones por la costa. Además, Haliotika ofrece ahora una nueva exposición como escaparate de la actividad y de la cultura pesqueras - “De la mer à l’assiette” (Del mar al plato)-, que explica las diferentes etapas en la elaboración del pescado, desde la captura hasta el consumo. El objetivo de este proyecto es promocionar el pescado y el sector pesquero. El pescado, como producto, es el protagonista de esta nueva exposición que reúne a pescadores, estibadores, mayoristas, pescaderos y consumidores para que compartan sus experiencias».

Anna Latimier, coordinadora.

haliotika@wanadoo.fr

www.haliotika.com

SUECIA

Ecoturismo en una reserva de la biosfera

Coste total: EUR 38 600 – **Contribución de la UE (Eje 4 del FEP):** EUR 10 070

«En el área del FLAG de Vänern-Kinnekulle, el ecoturismo es algo más que una opción. Con una red en la que participan más de 20 socios locales, y que incluye PYME, restaurantes, campings, cervecerías artesanales, museos y empresas



de alquiler de bicicletas, la región ha sabido sacar partido empresarial a la zona, a través de una política de conservación natural del entorno. De hecho, en 2004, tres municipios locales lideraron una investigación sobre cómo obtener el reconocimiento de la UNESCO como reserva de la biosfera. Tras seis años de intenso trabajo, se consiguió una evaluación detallada sobre la calidad de los ecosistemas, que ayudó a entender el papel de los actores económicos de la zona para gestionar y valorar este capital natural. El proceso dio lugar al reconocimiento oficial del área y a la creación en 2010 de una ONG para la gestión de la Reserva de la Biosfera. Esta organización fue seleccionada como FLAG unos meses después, lo cual fortaleció sus recursos acuícolas. Desde su creación en 2010, el FLAG ha lanzado una docena de proyectos que aprovechan el aspecto histórico y económico de la pesca local, y que, además, promueven el *ecoturismo* sostenido por la reserva de la biosfera».

Ove Ringsby, jefe de proyecto.

ove.ringsby@vanerkulle.se

<http://tinyurl.com/marpfv6>

<http://tinyurl.com/kbmsovx>

LITUANIA

El proyecto «Delta de Pamarío»

Coste total: EUR 62 000 – **Contribución de la UE (Eje 4 del FEP):** EUR 46 500

«La Asociación “Delta de Pamarío” está implementando un proyecto sobre “incentivos pesqueros y adaptación de competencias para la pesca recreativa y el turismo”, de acuerdo con la política para el desarrollo de la pesca sostenible de los municipios de Silute y Neringa. El objetivo del proyecto es mostrar a los pescadores y a sus familias los últimos avances en equipamiento pesquero y ornitológico, así como las instalaciones para la pesca y las actividades acuáticas recreativas. Para ello, ya se ha organizado una conferencia introductoria y una formación en materia de pesca recreativa y gestión del turismo acuático. La asociación dispone de equipos de pesca y prevé comprar equipamiento para la observación y grabación de aves, con el fin de llevar a cabo una formación teórica y práctica sobre turismo ornitológico y explotar sus oportunidades».



El objetivo del proyecto es mostrar a los pescadores y a sus familias los últimos avances en equipamiento pesquero y ornitológico, así como las instalaciones para la pesca y las actividades acuáticas recreativas. Para ello, ya se ha organizado una conferencia introductoria y una formación en materia de pesca recreativa y gestión del turismo acuático. La asociación dispone de equipos de pesca y prevé comprar equipamiento para la observación y grabación de aves, con el fin de llevar a cabo una formación teórica y práctica sobre turismo ornitológico y explotar sus oportunidades».

Simona Bokštaitė-Dryžienė, directora de proyecto.

administracija@pasieniozuvys.lt

pamariodelta@gmail.com

POLONIA

«Itinerario de pesca»

Fase inicial – Coste total: EUR 5 000 – **EContribución de la UE (Eje 4 del FEP):**

EUR 3 750 – **Proyecto total de cooperación (pendiente de aprobación) –**

Coste total: EUR 185 000 – **Contribución de la UE (Eje 4 del FEP):** EUR 138 750

«El FLAG de Slowinska está desarrollando un recorrido turístico basado en la cultura y la tradición de las piscifactorías locales. El objetivo es diversificar la actividad pesquera, facilitando la participación activa de la comunidad pesquera local.



Hasta ahora, se ha llevado a cabo un inventario detallado de los recursos locales más relevantes (áreas, instalaciones y atracciones vinculadas a la pesca y al entorno marino), así como el primero de dos talleres para miembros de la comunidad pesquera. Gracias a este taller se crearon paquetes turísticos de pesca para diferentes grupos destinatarios. Por ejemplo, un paquete dirigido a familias con niños, que incluye el alojamiento en casa de un pescador, una excursión en bicicleta acompañada de una lección de historia sobre la zona, y una visita a un pequeño puerto pesquero para presenciar el trabajo diario de los pescadores. Los paquetes turísticos y sus canales de distribución -página web incluida- se completarán a finales de 2013. El proyecto forma parte del “Círculo de las piscifactorías del Norte con promoción de los centros educativos”, un proyecto de cooperación entre seis FLAG del norte de Polonia».

Aleksandra Klimczuk, Directora, FLAG Slowinska.

a.klimczuk@sgr.org.pl

www.sgr.org.pl

Enfoque

El pescaturismo en Europa

Un buen número de FLAG ha mostrado su interés en aprovechar el potencial del pescaturismo como medio de promover sus productos pesqueros locales y animar a los visitantes a descubrir el patrimonio pesquero de la zona. Sin embargo, el pescaturismo encuentra a menudo en su camino prohibitivas barreras legales y administrativas, y, en algunos países, ni siquiera está permitido.

La coexistencia de la pesca de recreo con la profesional no es siempre fácil, ya sea por las cantidades de pesca que no están sometidas a los mismos controles que deben afrontar los pescadores profesionales, o simplemente porque los primeros se ganan la vida en un sector totalmente independiente de los segundos. El pescaturismo, sin embargo, une el mundo de los pescadores profesionales con el del turismo, en el que se incluye la pesca de recreo. Entendemos por pescaturismo la práctica que consiste en acoger clientes a bordo de un barco de pesca para observar el trabajo de los pescadores profesionales y descubrir y disfrutar del entorno marino o fluvial.

El pescaturismo se practica principalmente como actividad complementaria, como medio de **diversificar la fuente de ingresos** de los pescadores, pero también ayudar a afrontar los desafíos habituales del sector pesquero y a las zonas en las que la pesca es un importante factor socioeconómico. El pescaturismo puede contribuir a **aumentar el valor añadido de los productos pesqueros locales**, por ejemplo a través de una mayor sensibilización del público acerca del trabajo y las técnicas utilizadas por los pescadores locales, además de **mejorar la imagen de la pesca** en general. Asimismo, puede ayudar a atraer nuevos visitantes al sector a través de la **promoción de la pesca como opción de carrera profesional** para quienes no temen los desafíos que supone este estilo

de vida; y también es una forma de **reducir el impacto medioambiental** de los pescadores, en la medida en que se reduce la actividad de sus jornadas de pesca, contribuyendo a la sostenibilidad a largo plazo de la industria pesquera. El pescaturismo, sin embargo, tampoco debe verse como una panacea ante las importantes dificultades estructurales a las que se enfrenta la pesca en toda Europa, y además puede no ser la actividad adecuada para todas las áreas y tipos de pesca. Lo que sí es cierto es que este tipo de turismo está ayudando a no pocas familias de pescadores a mejorar sus condiciones de vida, a la vez que fomenta una mejor gestión y comprensión de los recursos pesqueros locales. Existe, pues, un potencial de mejora de la eficacia de esta actividad en el futuro.

Los FLAG de varios países ha mostrado su interés en aprovechar el potencial del pescaturismo como medio de promover sus productos pesqueros locales y animar a los visitantes a descubrir el patrimonio pesquero de la zona. Sin embargo, aunque el pescaturismo está ya bien asentado en algunos países como Italia, en muchos otros se enfrenta a fuertes barreras legales y administrativas, y en otros, simplemente, no está permitido.

La tabla adjunta a este artículo ofrece un breve resumen de la situación legal del pescaturismo en los países que implementan el Eje 4. Según estos datos, solo tres de los 21 países citados (Italia, Francia



▲ Barco de pescaturismo en Castro (Italia).

y Grecia) disponen de una legislación en vigor que menciona el pescaturismo. De ellos, solo Italia y Francia han establecido normas de aplicación nacional. Grecia aún debe desarrollar sus términos y condiciones, pero, mientras tanto, no existe ningún procedimiento en vigor que permita a los pescadores griegos obtener una licencia de pescaturismo.

Además de estos tres, otros dos países han iniciado un proceso que pretende desembocar en la elaboración de un marco legal para el pescaturismo. En España se ha propuesto una legislación nacional, y algunas de sus regiones han tomado la iniciativa de preparar reglamentaciones regionales que establecen las reglas y requisitos para la acogida de turistas a bordo de los barcos de pesca. Y Chipre emprendió en mayo de 2013 un proyecto piloto de prueba, como hizo Francia en 2009-2011, antes de que se enmendara la legislación correspondiente en 2012.



▲ Camaronero de Ostende (Bélgica) autorizado para el pescaturismo gracias a un permiso especial de «patrimonio cultural».

En el otro extremo de la escala, ocho países del Eje 4 (Bélgica, Alemania, Dinamarca, Irlanda, Países Bajos¹¹, Polonia, Portugal y Eslovenia) no permiten turistas a bordo de barcos de pesca comerciales. En estos países, los FLAG tienen la posibilidad, bien de presionar por un cambio en la legislación, como está ocurriendo en Alemania y Portugal, bien de concentrarse en la promoción de actividades similares dentro de los límites legales. Ejemplos de estas serían el desmantelamiento o reconversión de barcos de pesca por pescadores en activo o jubilados, o la acogida de turistas en barcos específicos para la observación de actividades profesionales de pesca o acuicultura a distancia, aunque, en este último caso, los beneficios económicos irán a parar más bien al touroperador, en lugar de a los propios pescadores. Por otra parte, en los países que tratan de cambiar la legislación vigente, existe una dificultad añadida, y es que rara vez es la secretaría de pesca, o incluso el mismo ministerio, el que determina las condiciones de la aceptación de pasajeros en los barcos de pesca. Tales decisiones suelen corresponder al Ministerio de Transporte y Fomento, y a veces las competencias se reparten entre más de un ministerio, con lo que la tarea de convencer a unos y otros se hace mucho más ardua para las partes interesadas.

Por último, ocho países (Bulgaria, Estonia, Finlandia, Letonia, Lituania, Rumanía, Suecia y el Reino Unido) no han descartado explícitamente el pescaturismo, pero aún no cuentan con una legislación específica que regule la actividad, y sus barcos de pesca están sujetos a las mismas exigencias de salud y seguridad que los de pasajeros. Estas normas pueden además ser extremadamente estrictas o implicar costes prohibitivos para la adaptación de los barcos en algunos países, lo que descarta cualquier posibilidad de dedicarse a la actividad. En otros países, sin embargo, y dependiendo del tipo de pesca, las adaptaciones necesarias pueden ser mínimas y ya existen sistemas de adjudicación de licencias para los barcos que deseen llevar turistas y cumplan con los requisitos exigidos. En Finlandia, por ejemplo, además de los requisitos de los barcos propiamente dichos, los pescadores deben seguir un curso de formación y aprobar exámenes específicos para obtener la licencia. Todo ello sin olvidar los seguros.

Es obvio que la seguridad a bordo es la principal preocupación de cualquier estamento gubernamental que regule el pescaturismo, una regulación que, en cualquier caso, siempre deberá incluir términos y condiciones relativos al tamaño y la estabilidad de la embarcación, al espacio disponible para los turistas y a la distancia con respecto a cualquier maquinaria o engranaje presente (la mayoría de los países, por ejemplo, regulan explícitamente el pescaturismo en los barcos de arrastre en activo). Igualmente, pue-



▲ Turista en una excursión de pesca cerca de Peniche (Portugal).

den aplicarse otras reglas acerca del número de turistas permitido según el tamaño del barco y el número de miembros de la tripulación exigido, así como la existencia de material de primeros auxilios y rescate.



En los países que permiten llevar turistas a bordo, otro de los problemas son los impuestos aplicables. Muchos países disponen de un régimen fiscal más favorable para la pesca profesional, pero no se extiende necesariamente a actividades que vayan más allá de la pesca propiamente dicha, y establecer un sistema contable paralelo para el pescaturismo supondría una barrera más para los pescadores que pretendan diversificarse hacia el turismo. En Francia, esta cuestión está recogida en el marco legal que se estableció en 2012 para facilitar el pescaturismo. La reglamentación francesa permite a los pescadores ejercer la actividad con el mismo régimen impositivo que la actividad pesquera en sí, pero siempre que los beneficios anuales de la primera no superen los 32 100 € o el 50% de sus ingresos.

¹¹ Los Países Bajos hacen una excepción, bajo determinadas condiciones, para los barcos de pesca que llevan turistas en aguas interiores.

Estado actual de la legislación sobre pescaturismo en los países del Eje 4

PAÍS	ESTADO ACTUAL DE LA LEGISLACIÓN
 Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> - No permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo. Los barcos desmantelados pueden reconvertirse y utilizarse para el turismo.
 Bulgaria	<ul style="list-style-type: none"> - No existe ningún texto legal específico sobre pescaturismo. Los turistas pueden viajar en barcos de pesca para observar el trabajo de los pescadores si no se incumplen las normas de seguridad sobre «transporte de pasajeros». - Si los barcos de pesca cumplen con dichas normas, podrán igualmente llevar turistas de pesca recreativa (pesca con caña y carrete).
 Chipre	<ul style="list-style-type: none"> - No existe ninguna legislación específica sobre pescaturismo, pero en mayo de 2013 se inició un primer proyecto piloto. Este proyecto recibió un permiso especial del Departamento de Pesca e Investigación Marina y requiere ciertas adaptaciones para asegurar que los barcos de pesca participantes cumplan con el Reglamento Administrativo 278/2012. Asimismo, se prevé introducir un permiso especial para el pescaturismo durante la reforma de la vigente ley de pesca.
 Alemania	<ul style="list-style-type: none"> - El pescaturismo no está autorizado por el momento, debido a la legislación sobre transporte marítimo. Actualmente se está ejerciendo cierta presión para cambiar la legislación, en especial para que se permita a los barcos de pesca prestar servicio a los parques eólicos, cosa que requeriría contar con la presencia de personal técnico a bordo. - Los FLAG, a través de la Red Nacional Alemana, están tratando de aprovechar esta oportunidad para insistir en el cambio normativo previsto que permita igualmente a los barcos de pesca llevar turistas.
 Dinamarca	<ul style="list-style-type: none"> - No permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo. Los barcos desmantelados pueden reconvertirse y utilizarse para el turismo.
 Estonia	<ul style="list-style-type: none"> - El pescaturismo está permitido, pero por motivos de seguridad, se impone un número máximo de personas por barco. El reglamento depende igualmente del tipo de licencia del capitán del barco. Los ingresos de los pescadores procedentes de esta actividad se tratan del mismo modo que cualquier otro.
 España	<ul style="list-style-type: none"> - Actualmente solo es posible llevar turistas a bordo de barcos de pesca profesionales con una autorización especial del Ministerio de Transportes español. - Sin embargo, se han propuesto cambios en la ley de pesca de 2001, como el reconocimiento del pescaturismo como actividad complementaria a la pesca propiamente dicha, incluyendo la acogida de turistas a bordo. Si se aprueban estas modificaciones, deberá desarrollarse la legislación nacional para determinar las condiciones de acogida de turistas en barcos de pesca, lo cual incumbirá a la Secretaría General de Transportes del Ministerio de Fomento. - Por su parte, en 2012 Cataluña se convirtió en la primera región en elaborar un texto legal que establecía las condiciones bajo las cuales se autorizaba a los barcos de pesca catalanes a llevar turistas, si bien solo es aplicable en aguas costeras. - Hasta el momento, Cataluña y Galicia son las dos regiones que cuentan con autorizaciones para algunas actividades relacionadas con el pescaturismo. Disponer de un seguro privado es uno de los requisitos previos para la autorización de turistas a bordo.
 Finlandia	<ul style="list-style-type: none"> - El pescaturismo puede practicarse bajo el mismo régimen de normativas de seguridad aplicable a cualquier otra actividad que lleve clientes a bordo (p. ej., las de la Agencia finlandesa de seguridad del transporte; la Ley sobre personal de a bordo y gestión de la seguridad de las embarcaciones; y la Ley sobre seguridad del consumidor). - En la práctica, por ejemplo, el barco en cuestión debe contar con un espacio seguro y adecuado para los turistas, además del equipo de rescate apropiado, y los pescadores deben tener los seguros y licencias necesarios para la acogida de turistas a bordo (con sus cursos y exámenes de formación correspondientes).
 Francia	<ul style="list-style-type: none"> - La legislación francesa (secciones 226 y 227 del reglamento anexo a la ley del 23 de noviembre de 1987 relativa a la seguridad a bordo de embarcaciones) fue modificada en marzo de 2012 para autorizar la acogida de turistas en barcos de pesca, con excepción de los barcos de arrastre. Los capítulos 10 y 11 posteriores especifican las condiciones de seguridad que se deben respetar en la práctica del pescaturismo. - Los barcos de pesca que lleven turistas a bordo deben cumplir con una serie de condiciones, incluyendo la altura mínima (1 metro) de la borda de la embarcación (con respecto a los pasajeros sentados), la disponibilidad de servicios a bordo para trayectos de más de seis horas, y un equipamiento mínimo de seguridad, como chalecos salvavidas, radio de alta frecuencia, etc. Los barcos que practiquen el pescaturismo deben disponer igualmente de una zona específica para turistas, separada del área de trabajo de la tripulación. - La reglamentación francesa permite a los pescadores ejercer la actividad bajo el mismo régimen impositivo que la actividad pesquera en sí, pero siempre que los beneficios anuales de la primera no superen los 32 100 € o el 50% de sus ingresos.
 Grecia	<ul style="list-style-type: none"> - La ley 4070/2012 sobre el «Régimen de comunicaciones electrónicas, transporte, obras públicas y demás disposiciones» se aprobó en abril de 2012. La Sección E de esta ley («Pescaturismo» – Artículos 174 a 184) tiene por objeto autorizar la diversificación del sector pesquero, incluyendo la posibilidad de llevar a cabo actividades de pescaturismo. - Los barcos de pesca profesionales que deseen practicar el pescaturismo necesitarán, pues, un permiso especial que será expedido por la autoridad portuaria en el lugar donde esté registrada la embarcación. - En la actualidad debe aprobarse un decreto presidencial para que la ley sea efectiva en términos de autorización de actividades de pescaturismo. Dicho decreto establecerá los términos y condiciones para la concesión del permiso y definirá qué autoridades serán competentes para la supervisión y control, el procedimiento, los documentos necesarios para la concesión del permiso, su duración, las artes de pesca autorizadas, el número máximo de pasajeros permitidos a bordo y la distancia máxima con respecto a la costa.



PAÍS	ESTADO ACTUAL DE LA LEGISLACIÓN
 Irlanda	- No permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo.
 Italia	<ul style="list-style-type: none"> - Dos leyes nacionales establecen las condiciones para la práctica del pescaturismo en Italia: los Decretos ministeriales nº 293/1999 y nº 154/2004 del Ministerio de Agricultura y Recursos Forestales. Ambos fueron actualizados en 2012, con la supresión del tope máximo del porcentaje de ingresos procedentes del pescaturismo. - Se permite a propietarios de barcos o cooperativas que dispongan de una licencia profesional de pesca con objeto de acoger turistas a bordo para actividades de observación de la actividad pesquera, pudiendo además servir platos de pescado en el barco o en tierra. También se permite a los turistas pescar desde el barco. - La legislación incluye ciertas condiciones, como el tipo de artes que pueden utilizar los pescadores cuando lleven turistas a bordo (no se permiten redes de arrastre, por ejemplo) y los equipos de seguridad necesarios: chalecos salvavidas, extintores, brújulas, radio VHF, mapas de navegación, etc. Para los barcos que se adentren en el mar a más de tres millas de la costa (y hasta 20), se exige equipamiento adicional, como la presencia de un bote salvavidas. - Algunas regiones italianas (p. ej. Abruzzo, Calabria, Campania, Lazio, Liguria, Marche, Toscana y Véneto) han elaborado reglamentos más específicos relativos al pescaturismo.
 Lituania	- No hay ninguna legislación específica relacionada con el pescaturismo. Los barcos de pesca que lleven turistas a bordo deberán cumplir con todas las condiciones de salud y seguridad, tanto nacionales como europeas, que se aplican al transporte de pasajeros (incluyendo los requisitos sobre el número máximo de pasajeros y el número mínimo de miembros de la tripulación).
 Letonia	- Los barcos de pesca profesionales pueden acoger turistas a bordo, respetando todas las normas relativas a la salud y seguridad.
 Países Bajos	<ul style="list-style-type: none"> - No se permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo en alta mar. Los barcos desmantelados pueden ser reconvertidos para ser utilizados en actividades turísticas, en cuyo caso habrán de cumplir con las normas relevantes (SOLAS, Ley de transporte marítimo, Decreto sobre buques de navegación...). Estos barcos pueden acoger a un máximo de 12 pasajeros. - Los barcos de pesca que cumplan los requisitos necesarios podrán obtener la certificación de «barcos de crucero de día» del Servicio de Inspección del Medio Ambiente y Transportes, organismo encargado de la autorización de actividades turísticas en aguas continentales, incluyendo las demostraciones pesqueras.
 Polonia	- No permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo. Los pescadores pueden acoger pasajeros solo fuera de sus actividades pesqueras y para pesca de recreo, a condición de que el barco esté adaptado para tales actividades (tarjeta de seguridad, licencia de pesca deportiva, etc.). La pesca de recreo puede practicarse en cualquier periodo del año, previa solicitud de notificación a los servicios de inspección de pesca, y siempre que no se combine con la pesca comercial.
 Portugal	<ul style="list-style-type: none"> - Por el momento es ilegal llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo. - Actualmente, los FLAG y el Ministerio de Agricultura y Pesca abogan por la creación de un marco legal similar al que existe en las Azores, donde las condiciones son menos estrictas y se permite la práctica legal del pescaturismo.
 Rumanía	- No existe ninguna legislación que regule el pescaturismo en Rumanía, y tampoco se ha producido ninguna petición relativa a la actividad a las autoridades pertinentes. No obstante, actualmente los pescadores pueden solicitar licencias para llevar turistas a bordo en excursiones.
 Suecia	- Para la acogida de turistas a bordo, los barcos de pesca están sometidos a estrictas condiciones. Los barcos de más de 20 toneladas y que lleven más de 12 pasajeros deben poseer una licencia, al igual que la tripulación, además de los certificados de seguridad relevantes y cumplir con los protocolos de inspección de seguridad. El barco debe igualmente estar registrado como embarcación de pasajeros y en todos los casos se requiere seguro para los pasajeros.
 Eslovenia	- No permite llevar turistas a bordo de barcos de pesca en activo.
 Reino Unido	- La legislación no excluye explícitamente la acogida de turistas a bordo de los barcos de pesca, pero existen estrictas normas sobre el transporte de pasajeros en virtud de las cuales, en la práctica, casi ningún barco cumple con las condiciones necesarias.

Fuente: información proporcionada por las Autoridades de gestión del FEP y otros expertos, según sus datos en julio de 2013.



Italia, recientemente, ha ido un paso más allá, eliminando el tope máximo en cuanto al porcentaje de ingresos procedentes del pescaturismo. Con ello se ha simplificado la burocracia y aumentado significativamente el atractivo para los pescadores decididos a dedicarse a la nueva actividad. Allí donde ya existen procedimientos eficaces para facilitar el pescaturismo, las autoridades públicas han colaborado estrechamente con el sector pesquero para establecer reglas que den prioridad a la seguridad de los pasajeros, pero que sean también realistas para los tipos de barcos de pesca en cuestión. Para activar este tipo de trabajo, y trabajar en las condiciones fiscales, es esencial que haya una fuerte demanda del sector pesquero, y la voluntad política de facilitar el pescaturismo. En Francia, el apoyo del Eje 4 animó a un gran número de actores a participar en una serie de talleres técnicos para desarrollar las reglas y procedimientos necesarios destinados a regular el pescaturismo, así como el tipo de pescaturismo que se ofrecerá, y un plan específico de marketing para promoverlo¹². En Italia, por su parte, se ha financiado por la administración sencillo [manual](#) que establece las reglas y requisitos, además de asesorar a los pescadores que desean dedicarse al pescaturismo.

Todo esto viene a decir que, más allá de las normativas básicas y los procedimientos necesarios para hacer pescaturismo, existen otros factores que determinan su impacto en el área en cuestión, así como la

imagen de la propia pesca. En el momento en que se trata de algo más que de un grupo de personas que ofrecen excursiones a turistas de paso, deben tomarse medidas para elaborar una oferta turística coordinada y sostenible, de suficiente calidad y basada en un plan de comunicación que llegue al público destinatario.

Esto implica un trabajo considerable para desarrollar el «paquete de productos de pescaturismo», por lo que cabría hacerse varias preguntas: ¿Qué implicará exactamente la actividad? ¿Cuánto tiempo durará? ¿Cuánta gente puede participar (por barco)? ¿Cuántos barcos habrá disponibles en un área concreta? ¿Cómo se coordina el pescaturismo y cómo se relaciona con otros productos turísticos a nivel local, regional y nacional? Y también habrá que proveer a los pescadores de los conocimientos y formación que les permitan ofrecer a sus clientes un servicio de calidad a precios atractivos¹³: conocimiento de los procedimientos de seguridad, servicio al cliente, conocimientos lingüísticos, etc. Por último, la actividad debe estar acompañada de material promocional integrado en canales de comercialización existentes, y ser capaz de llegar a nuevos públicos.

Gran parte de todo esto puede hacerse a nivel del FLAG, como se refleja en algunas de las buenas prácticas FARNET, como [Pescaturisme 83](#), el proyecto de tres años de desarrollo y legalización del pescaturismo en Francia; el [paquete de formación](#) creado

por pescadores del norte de Finlandia; o [Margalaica](#), un sitio web que sitúa la pesca en el centro de un paquete completo de actividades marinas y costeras en Galicia. Sin embargo, para consolidar una buena oferta de pescaturismo, es muy importante contar también con apoyo a nivel regional y nacional para elaborar normas y procedimientos viables. El pescaturismo es tan solo una opción entre las distintas oportunidades para unir la pesca al turismo, aunque sí se desmarca de las actividades turísticas típicas por la oportunidad única que supone para el turista ser testigo y participar en la vida de los pescadores locales. Si se organiza correctamente, la regularización definitiva del pescaturismo en Europa podría brindar a los pescadores una oportunidad de convertirse en empresarios, además de pescadores, y de aumentar sus ingresos a través de la promoción de su territorio, su entorno, tradiciones y productos locales. ■

En la pág. 32 de la Guía FARNET nº 5 encontrará información sobre la «Diversificación de las zonas de pesca», y en la página 10 de esta publicación encontrará el ejemplo del pescaturismo en Cerdeña.

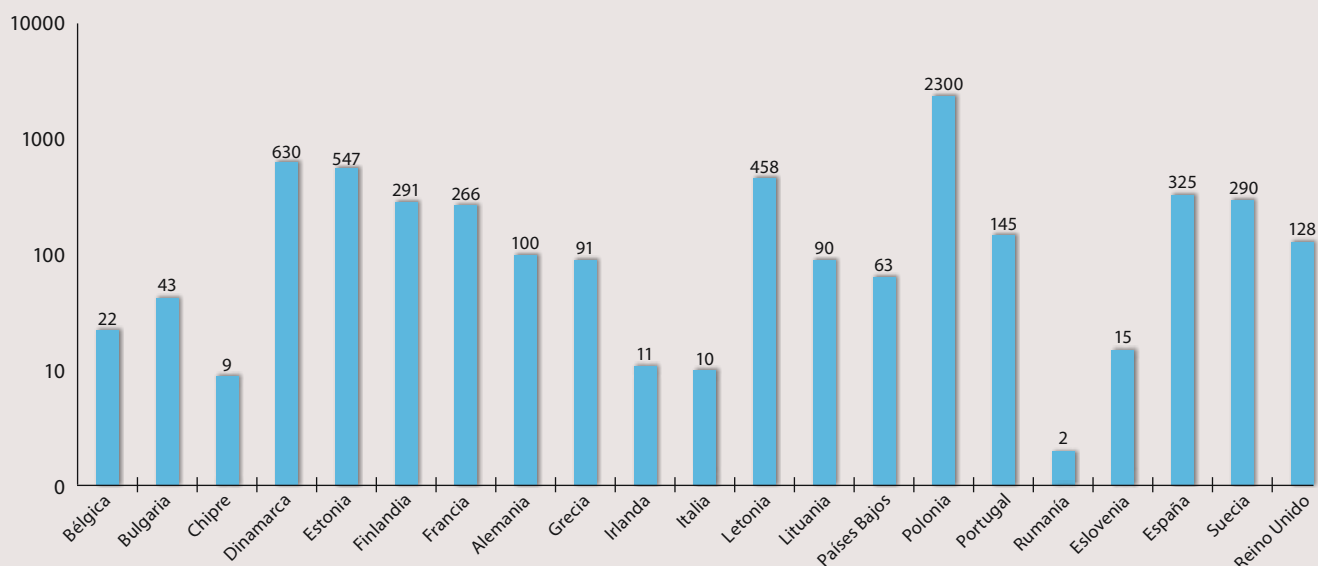
¹² El proyecto de 3 años «Pescaturisme 83», se describe en la [Práctica](#) sobre Diversificación nº 005 del sitio web de la FARNET.

¹³ En la [Práctica](#) sobre Diversificación nº 014 del sitio web de la FARNET encontrará más información sobre el paquete de formación elaborado por los pescadores en Finlandia.

Red FARNET

> Situación actual: 5 836 proyectos en activo y otros pendientes

En agosto de 2013, se estima que los 308 FLAG actualmente activos en 21 Estados miembros habían proporcionado apoyo a 5 836 proyectos.



> Nueva publicación de FARNET: El Eje 4, una herramienta a disposición de las comunidades pesqueras

En un periodo de tiempo relativamente corto, el Eje 4 ha demostrado que puede contribuir a afrontar algunos de los grandes retos de las comunidades pesqueras. A través de varios cientos de proyectos, y de la aportación del dinamismo necesario a las comunidades locales, ha resultado ser una valiosa ayuda para que los pescadores y las propias comunidades pesqueras sean dueños de su propio futuro. La Unidad de Apoyo Farnet acaba de lanzar una nueva publicación que pone de relieve, en términos prácticos, lo que esto significa para las comunidades pesquera de diferentes partes de Europa y cómo hacer uso de esta herramienta para mejorar sus condiciones de vida.

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/publications/guides>

> Conversaciones entre los FLAG polacos sobre desarrollo local participativo

En junio de 2013, la Unidad de Apoyo FARNET participó en una conferencia para FLAG polacos sobre «desarrollo local participativo en las próximas perspectivas de financiación de la UE», a la que siguió un debate sobre las conclusiones extraídas del periodo actual. En Polonia, las labores de desarrollo local participativo son coordinadas por el Ministerio de Fomento Regional, si bien la decisión sobre la conveniencia de utilizarlo en el FEDER y el FSE recae en las regiones, las cuales gestionan una parte significativa de estos fondos dentro de sus programas operativos regionales. Dichas regiones actuarán probablemente como organismos intermediarios encargados de los aspectos relativos al desarrollo local participativo de ambos fondos a partir de 2014. Por su parte, y según las recomendaciones del ministerio, hasta el 10% del FSE y el 5% del FEDER deberían implementarse a través del desarrollo local participativo, sobre lo cual ya han expresado su interés varias regiones, aunque solo unas pocas han presentado planes concretos. Todo esto implicaría la creación de un eje especial de prioridad en el programa regional, que integrara los cuatro fondos. En Polonia, el objetivo es contar con una única estrategia y un solo GAL/FLAG por zona, aunque en el caso de los FLAG, se está considerando una superposición excepcional de zonas.

Agenda FARNET

CUÁNDO	QUÉ	DÓNDE
22-24 de octubre de 2013	Seminario FARNET: «Uniendo la pesca con la economía del turismo»	Cagliari (I)
6-8 de mayo de 2014	European Seafood Exposition	Bruselas (B)
19-20 de mayo de 2014	Día Marítimo Europeo 2014	Bremen (D)

Perfil

NOMBRE: Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP)

OBJETIVO: el FEP puede cofinanciar proyectos locales para el desarrollo sostenible y mejorar la calidad de vida en las áreas pesqueras, complementariamente a otros instrumentos financieros de la UE.

APLICACIÓN: 21 Estados miembros implementan el Eje 4. Una importante innovación en la aplicación de este eje es su énfasis en el enfoque territorial.

ZONAS A LAS QUE VA DIRIGIDO: las «zonas de pesca» son zonas a orillas del mar, de un lago o incluso de estanques o del estuario de un río, con nivel importante de empleo en el sector pesquero. Los Estados Miembros seleccionan las zonas candidatas según los siguientes criterios: deben ser territorios locales pequeños (inferiores a la categoría NUTS3) que sean coherentes desde un punto de vista geográfico, social y económico. El apoyo debe ir dirigido a zonas con baja densidad de población o con un sector pesquero en declive o a pequeñas comunidades pesqueras. Los Estados miembros pueden añadir criterios adicionales para la selección de las zonas.

DESTINATARIOS: «Grupos de Acción Local de Pesca (FLAG)», es decir, una combinación de socios públicos, privados y de la sociedad civil unidos para elaborar una estrategia y medidas innovadoras para el desarrollo sostenible de las zonas de pesca. Los Estados miembros seleccionan los FLAG en función de los criterios definidos en sus programas operativos. Se han creado más de trescientos FLAG en toda la UE.

MEDIDAS SUBVENCIONABLES: fortalecimiento de la competitividad de las zonas pesqueras; reestructuración, reorientación y diversificación de las actividades económicas; aumento del valor de los productos pesqueros; pequeñas infraestructuras y servicios turísticos y pesqueros; protección del medio ambiente; restablecimiento de la producción afectada por catástrofes naturales o industriales; cooperación interregional y transnacional de los agentes económicos; creación de capacidades colectivas para preparar estrategias de desarrollo local, y costes de explotación e FLAG.

RED: Todos los agentes que participan en el Eje 4 se organizan en torno a una «Red europea de zonas de pesca (FARNET)», que permite una amplia difusión (a través de seminarios, reuniones y publicaciones) de cuantos proyectos innovadores se lleven a cabo en beneficio de las zonas de pesca y fomenten la cooperación transnacional. De la coordinación de esta red se encarga la «Unidad de Apoyo FARNET».

DURACIÓN DEL PROGRAMA: siete años (2007-2013), pero pueden ponerse proyectos en marcha hasta finales de 2015.

AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA: el Eje prioritario 4 cuenta con un presupuesto de 570 millones de euros del fondo FEP para el período 2007-2013, a lo que debe añadirse la cofinanciación pública a nivel nacional y la inversión privada. El Eje representa aproximadamente el 13% del presupuesto total del FEP (2010).

Suscripciones

Para recibir FARNET magazine o FARNET newsletter, envíe por favour sus datos de contacto (nombre, organización, dirección, correo electrónico y número de teléfono) a:

info@farnet.eu

Envíenos sus noticias

Las publicaciones de FARNET son recursos a disposición de todos aquellos comprometidos con la construcción de un futuro más sostenible en las zonas de pesca europeas. Por favor, envíenos noticias e información sobre sus actividades que puedan ser de interés para otros grupos o agentes que trabajen en el sector: En particular, nos gustaría conocer sus éxitos y logros, eventos y anuncios importantes, así como sus ideas o propuestas de intercambios o cooperación con otras zonas de pesca.

info@farnet.eu

Síguenos en



ISSN 1831-5739



9 771831 573001



Oficina de Publicaciones

