



Nº 11 | Otoño-Invierno 2014

ISSN 2363-314X

farnet

M A G A Z I N E

Diseñar el futuro





Índice

Fotografías (páginas):

GAC Alto Minho (1, 9, 15, 16), Comisión Europea (3), Jean-Luc Janot (5, 12, 13, 15, 17, 19, 23, 33), Unidad de Apoyo FARNET (5, 19, 27, 29, 32), KAG i Österbotten (6), Giuseppe Scordella (8), Partnerstwo dla Doliny Baryczy (10), Kook Proof (11), Câmara Municipal de Viana do Castelo (14), Vianapesca (15), Tonis Aljas (22), Hiiumaa Mudeliklubi (23), MTÜ Hiiukala (24, 25), Tarmo Rajang (24), Tuuli Tammla (26), Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård (28), GAL Litoral Costa de l'Ebre (34).

Portada: Un pescador reparando una red (zona del FLAG Litoral Norte, Portugal).

Periodistas:

Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

Otros colaboradores:

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, Yves Champetier, Serge Gomes da Silva, John Grieve, Sabine Kariger, Paul Soto, Lorena van de Kolk, 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 Brussels
+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, 2014.

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica.

Impreso en Bélgica en papel reciclado.



Diseñar el futuro 4

A medida que nuestra prioridad se va centrando en el siguiente período de programación, se va haciendo cada vez más patente la necesidad de encontrar nuevas ideas y soluciones para abordar unos retos que se encuentran siempre en constante evolución. Aunque los FLAG hayan logrado alcanzar sus objetivos en el período 2007-2013, tendrán que reevaluar su situación y preparar nuevas estrategias que respondan a las cambiantes circunstancias externas y al nuevo marco legislativo, teniendo en cuenta y aprovechando asimismo la evolución que se ha producido en sus propias capacidades y el grado de madurez alcanzado como agentes de desarrollo local.



Reportaje: Los grandes ríos se forman con pequeños arroyos 11

El desarrollo local integrado en la zona costera del Alto Minho (Portugal).



Gente 18

Entrevista a tres bandas con Frédérique Deschamps, Gala Martínez y Manuela Sampaio, gerentes de FLAG.



Reportaje: Una buena cosecha 22

Los pescadores de la isla de Hiiumaa, en el archipiélago estonio, han aprovechado al máximo las oportunidades ofrecidas por el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP).



Aires de negocios 27

Dos ejemplos innovadores de cómo incrementar la eficacia de la labor de los FLAG.



Enfoque: Mejorar la comunicación y la participación 28

Instrumentos a disposición de los FLAG para implicar a las comunidades locales en el proceso de desarrollo de las estrategias.

Red FARNET 35



Editorial

«Promover una dinámica genuinamente local que esté al mismo tiempo abierta al mundo»

En 2015 va a empezar a aplicarse sobre el terreno el nuevo período de programación para los fondos estructurales y de inversión europeos (incluido el Fondo Europeo Marítimo y de Pesca, FEMP), mientras que la aplicación de la reforma de la Política Pesquera Común (PPC) se encontrará, por su parte, en su fase inicial. Esta situación traerá nuevos retos a las comunidades costeras, especialmente aquellas que dependen de la pesca, ya que tendrán que adaptarse a las nuevas condiciones establecidas por la reforma de la Política Pesquera Común. Pero también brindará nuevas oportunidades a las comunidades que sean capaces de utilizar el «desarrollo local participativo» – que será el sucesor del «Eje 4» del Fondo Europeo de Pesca 2007-2013 – para fomentar el desarrollo de sus territorios.

La crisis económica requiere que los fondos se centren especialmente en el desarrollo económico y la creación de empleo. La apertura del desarrollo local participativo a otras fuentes de financiación permitirá que las comunidades pesqueras se integren mejor en el desarrollo de sus territorios, en asociación con otros actores y en sinergia con otras oportunidades de financiación. Ello permitirá que los grupos locales aprovechen las nuevas oportunidades relacionadas con el resto de ámbitos de la economía marítima como las energías renovables, las formas sostenibles de turismo costero o la investigación y la innovación a nivel local.

Aprovechando su experiencia con el Eje 4 y el mayor abanico de oportunidades que abre el nuevo marco regulatorio, los actores locales están ya preparando activamente sus nuevas estrategias de desarrollo local, que presentarán para obtener financiación hasta 2020. Se trata por tanto de un buen momento para centrarse en las actividades preparatorias que permitirán que empiecen a surgir dichas estrategias. Las autoridades de gestión y las comunidades locales pueden aprovechar la enorme experiencia acumulada a escala local, regional y nacional durante el primer período de ejecución, para conseguir que las estrategias de desarrollo local de los próximos años sean aún más eficaces. Además de ello, la posibilidad de movilizar la ayuda preparatoria en las primeras fases de este proceso supone una clara ventaja con respecto al período anterior para las autoridades de gestión y para los grupos de acción local de pesca (FLAG). El primer artículo de esta revista aporta algunas claves para utilizar adecuadamente este poderoso instrumento.

A lo largo de la revista nos basamos para elaborar nuestros artículos en la experiencia «ascendente» de las personas que viven y trabajan con este enfoque en su día a día. En lo que es una innovadora «entrevista cruzada» con tres gerentes de FLAG, las diferentes experiencias y con-

textos de Frédérique, Gala y Manuela hacen aún más relevantes e interesantes sus opiniones y su visión de futuro. Paciencia, curiosidad y un vivo interés por el sector, he aquí algunas de las habilidades personales más importantes que las tres recomiendan para trabajar con las comunidades pesqueras locales. La comunicación es para ellas otro aspecto particularmente estimulante, y a su análisis se dedicará con mayor detalle la sección «Enfoque», que aporta consejos y recomendaciones para mejorar la comunicación y la participación a escala local.

Los dos reportajes nos presentan una visión de la vida de dos comunidades pesqueras (y más allá de ellas), poniendo de relieve la diversidad de situaciones a las que se enfrentan las comunidades pesqueras de Europa, así como la necesidad de adoptar un enfoque de desarrollo local. Pero, a pesar de sus diferentes realidades, también presentan claras similitudes: ambas comunidades han conseguido relacionarse eficazmente con la industria del turismo, uno de los sectores más dinámicos en las costas europeas, y uno de los cinco con mayor potencial en la estrategia de crecimiento azul de la UE.

La experiencia muestra que al sector pesquero le suele resultar difícil introducirse en la industria del turismo. Tuuli Tammla, del FLAG de Hiiumaa en Estonia, nos comenta en este sentido que, para tener éxito, se necesita «una dinámica genuinamente local que esté al mismo tiempo abierta al mundo». El FLAG portugués Litoral Norte ha conseguido, con su esfuerzo, reunir dos mundos muy diferentes: el *kitesurf* y la pesca, promoviendo la colaboración entre los usos antiguos y modernos del litoral.

Estos reportajes subrayan igualmente la importancia de que todas las piezas encajen y estén en el lugar adecuado. Los FLAG que posean una asociación eficaz para ejecutar una estrategia que responda a las necesidades locales crearán empleo y mejorarán la calidad de vida de sus comunidades. El tamaño medio de los proyectos del Eje 4 es, por supuesto, relativamente reducido, y solo pueden aspirar a crear unos pocos puestos de trabajo cada uno, pero el empleo generado suele ser por lo general accesible a la población local, y además duradero. Como apunta el reportaje portugués, «Los grandes ríos se forman con pequeños arroyos», y muchas pequeñas ayudas crearán muchos puestos de trabajo.

Simona Lupu,

Jefa de Unidad (E3) – Mar Báltico, Mar del Norte y Estados Miembros no Costeros
Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca

Simona Lupu

Perspectiva

Diseñar el futuro

A medida que la prioridad se va centrando en el siguiente período de programación, se va haciendo cada vez más patente la necesidad de encontrar nuevas ideas y soluciones para abordar unos retos que se encuentran siempre en constante evolución. Aunque los FLAG hayan logrado alcanzar sus objetivos en el período 2007-2013, tendrán que reevaluar su situación y preparar nuevas estrategias que respondan a las cambiantes circunstancias externas y al nuevo marco legislativo y financiero, teniendo en cuenta y aprovechando asimismo la evolución que se ha producido en sus propias capacidades y el grado de madurez alcanzado como agentes de desarrollo local.

Las actividades de los FLAG puestas en marcha durante el período de financiación 2007-2013 están llegando a su fin (de hecho ya han terminado en algunos Estados miembros), y las autoridades de gestión están trabajando intensivamente en el marco de aplicación del nuevo período. La mayoría de los FLAG han empezado a trabajar en sus nuevas estrategias, al tiempo que finalizan sus actividades correspondientes al período anterior. ¿Qué se puede hacer ahora para ayudarles en esta tarea?

Necesidad de nuevas estrategias

Por muy eficaces que hayan podido ser a la hora de alcanzar sus objetivos en el período 2007-2013, los FLAG deberán reevaluar todos los aspectos de su estrategia. Y ello es así por toda una serie de motivos, entre los que cabría citar los siguientes:

- > **un contexto de desarrollo local cambiante.** Aspectos como la crisis financiera, la reorientación de las políticas públicas (incluida la nueva Política Pesquera Común), cambios en las economías de las zonas pesqueras, y la creciente preocupación por el medio ambiente y el cambio climático, tienen todos ellos su impacto

en las comunidades locales y requieren de nuevas respuestas por parte de los FLAG, y no una simple continuación de las estrategias del pasado;

- > **un nuevo marco legislativo,** que se caracteriza por una definición más precisa del «desarrollo local participativo», un especial hincapié en el crecimiento y el empleo, y la oportunidad de desarrollar estrategias financiadas por varios fondos, recurriendo para ello al FEMP y a otros fondos de la UE. Es probable por esto que muchos FLAG tengan que replantearse sus objetivos estratégicos, la composición de sus asociaciones e incluso la configuración de sus zonas;
- > **cambios en los propios FLAG.** A medida que han ido implementando el Eje 4, los propios FLAG han ido desarrollándose y madurando, y ahora son capaces de elaborar estrategias más centradas en sus objetivos y proyectos de mayor calidad.

A continuación presentamos algunas ideas y técnicas para ayudar a los FLAG a preparar estrategias adaptadas a este nuevo contexto. Para ilustrar estas sugerencias adjuntamos igualmente ejemplos prácticos de actividades preparatorias, procedentes tanto del período de programación actual como del anterior.

Aprender de las lecciones del pasado

Antes de tomar ninguna decisión respecto a su futura estrategia, los FLAG deberán reflexionar sobre lo que ha funcionado bien, y lo que no lo ha hecho tan bien. ¿Sigue siendo apropiada la dirección estratégica global? ¿Son aún relevantes los criterios y procedimientos de selección de proyectos? ¿Está funcionando bien la asociación? ¿Y la forma de enfocar la colaboración con los promotores de proyectos y la comunidad en su conjunto, está aportando los resultados deseados? He aquí algunos ejemplos de preguntas que los FLAG tendrán que plantearse para asegurarse de continuar obteniendo resultados y mejorar su rendimiento.

Muchos FLAG han comenzado ya esta suerte de reflexión por toda la UE, utilizando sobre todo herramientas y técnicas de autoevaluación, incluidos algunos métodos de evaluación mutua (*peer-to-peer*)¹. Evaluaciones internas como estas se combinan a veces con análisis realizados por expertos externos. Algunas autoridades de gestión están apoyando a los FLAG en este proceso, como lo muestran los ejemplos de Suecia, Estonia y España descritos en el siguiente cuadro.



▲ Pescadores a bordo de un buque camaronero en Ostende (zona del FLAG belga).



▲ Reunión de las autoridades de gestión en Bruselas.

Las autoridades de gestión apoyan a los FLAG en sus actividades de evaluación

Los FLAG **suecos** constataron que la evaluación era una de las principales necesidades que tenían a la hora de prepararse para el siguiente período de programación, pero la mayoría de ellos contaban con fondos muy limitados para contratar a evaluadores externos, motivo por el que el Consejo sueco de Agricultura (la autoridad de gestión tanto de Leader como del Eje 4) decidió intervenir. Se inició así un proceso de evaluación a largo plazo en febrero de 2014, fecha en la que se invitó a dos representantes de cada FLAG a un seminario sobre análisis de las necesidades de evaluación y adquisición de habilidades. Dicho seminario ayudó igualmente a evaluar qué había funcionado y qué no, y a comprender cómo todos los eslabones de la cadena podrán beneficiarse de esta experiencia durante el nuevo período.

El Consejo sueco de Agricultura asignó a este ejercicio de evaluación unos 19000 euros de su presupuesto de asistencia técnica para el período 2007-2013, a los que se sumaron otros 3800 euros destinados a apoyar una evaluación de la red de FLAG que los propios grupos de acción local de pesca crearon en 2012 a modo de preparación para un proceso de creación de redes más formal en el siguiente período.

En **Estonia**, la autoridad de gestión contrató a una empresa externa para que realizara una evaluación de las estrategias de los FLAG a principios de 2014. En marzo, la red nacional de FLAG organizó un taller intensivo sobre los resultados de la evaluación, así como una formación sobre cómo preparar la nueva estrategia local. Desde otoño de 2014, los FLAG tienen también la opción de solicitar ayuda para preparar sus estrategias a la empresa encargada de la evaluación. Según la información facilitada por la propia red, el coste total del proyecto estuvo en torno a los 15000 euros.

En la región **española de Galicia**, el gobierno regional también ordenó una evaluación de todos los FLAG gallegos. Dicha evaluación, que se realizó a lo largo de seis meses, adoptó la forma de un proceso participativo consistente en entrevistas y debates de grupos de trabajo en cada una de las zonas de FLAG. Cada FLAG recibió un informe de evaluación de su propia zona, así como el informe final global. El coste total del proceso de evaluación ascendió a unos 50000 euros².

1 Véase el ejemplo sueco en el número 10 de FARNET Magazine.

2 Información facilitada por «Cidadanía Rede de aplicaciones sociais», la empresa encargada de la evaluación.

Mejorar el enfoque estratégico de los FLAG

En el período 2014-2020, y de acuerdo con el artículo 63.1 del Reglamento del FEMP, el desarrollo local participativo en las zonas de pesca se puede utilizar para perseguir los siguientes objetivos generales:

- A. aumento del valor, creación de empleo, atracción de jóvenes y promoción de la innovación en todas las fases de la cadena de suministro de los productos de la pesca y la acuicultura;
- B. apoyo a la diversificación dentro y fuera del sector de la pesca comercial, al aprendizaje permanente y a la creación de empleo en las zonas pesqueras y acuícolas;
- C. impulso y aprovechamiento del patrimonio medioambiental de las zonas pesqueras y acuícolas, incluidas las operaciones de mitigación del cambio climático;
- D. fomento del bienestar social y del patrimonio cultural, incluido el patrimonio pesquero, acuícola y marítimo;
- E. refuerzo del papel de las comunidades pesqueras en el desarrollo local y de la gobernanza de los recursos pesqueros y actividades marítimas locales.



▲ Una reunión del FLAG Österbotten (Ostrobotnia), Finlandia.

Los FLAG no están obligados a perseguir todos estos objetivos en sus estrategias. En efecto, y dependiendo del carácter de la zona, las capacidades disponibles, el volumen presupuestario y otros factores, los FLAG pueden decidir centrarse únicamente en dos o tres de tales objetivos generales. La tabla inferior muestra cómo los objetivos estratégicos de un FLAG concreto del período 2007-2013 pueden relacionarse con los cinco objetivos del Reglamento del FEMP.

Cada uno de los FLAG deberá adoptar a título individual la decisión de perseguir uno u otro objetivo, en función de las necesidades y oportunidades locales. La autoridad de gestión o la red nacional podrán proporcionar apoyo y orientación, por ejemplo desarrollando las capacidades y facilitando el intercambio de ideas entre diferentes FLAG del mismo Estado miembro o región. Las reuniones nacionales de los FLAG pueden ser un buen escenario para ello.

CÔTE BASQUE-SUD LANDES ³ (F)	OBJETIVOS PROPUESTOS EN EL ARTÍCULO 63.1 DEL REGLAMENTO DEL FEMP				
Objetivos de la estrategia del FLAG (2007-2013)	A. Cadena de suministro de la pesca	B. Diversificación	C. Medio ambiente y cambio climático	D. Bienestar social y patrimonio	E. Gobernanza
Apoyar el acceso a la profesión pesquera, así como la creación y el traspaso de empresas pesqueras	●				
Mejorar la comercialización del pescado fresco	●				
Desarrollar el mercado para los productos pesqueros locales	●				
Desarrollar la pesca y el patrimonio marítimo locales, así como las actividades turísticas relacionadas	●	●		●	
Fomentar la pesca responsable	●		●		●
Implicar a las partes interesadas en la gestión conjunta del entorno marino			●		●
Mejorar la gobernanza					●

3 <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/flagsheet/flag-factsheet-france-côte-basque---sud-landes>

Facilitar el posicionamiento de los FLAG en Finlandia

La autoridad de gestión finlandesa ha estado manteniendo conversaciones con los FLAG acerca de sus planes para el futuro desde 2012, cuando dicha autoridad y la red nacional organizaron una reunión para debatir acerca de la configuración global del futuro Eje 4, así como sobre las zonas que debía cubrir y los asuntos que a los FLAG les gustaría abordar en sus estrategias. Durante dicha reunión se crearon tres grupos de trabajo en torno a los siguientes temas: (1) definición de zona de FLAG y procedimiento de selección; (2) administración del FLAG, contenido de la estrategia y criterios de admisibilidad; y (3) valor añadido de los FLAG para el desarrollo local. Una de las conclusiones de esta reunión fue que las estrategias futuras de los FLAG deberán dar también una clara prioridad al desarrollo económico del sector pesquero.

La autoridad de gestión organizó otra reunión preparatoria a la que invitó a los ocho FLAG finlandeses, así como a dos FLAG potenciales de zonas de pesca que no habían sido cubiertas antes por el Eje 4. Los FLAG existentes se costearon sus propios gastos de participación en la reunión, mientras que los FLAG potenciales los sufragaron con cargo a la financiación asignada por la autoridad de gestión para preparar sus estrategias. La autoridad de gestión ha apoyado igualmente el proceso de preparación de la estrategia aportando a los FLAG comentarios y sugerencias para mejorar los proyectos de estrategias enviados en mayo de 2014. La convocatoria oficial de estrategias está prevista para noviembre de 2014.

Información y desarrollo de capacidades

La mayoría de las autoridades de gestión o redes nacionales tienen previsto organizar sesiones de sensibilización e información sobre las normas nacionales y de la UE relativas al desarrollo local participativo en las zonas de pesca, destinadas a FLAG tanto existentes como potenciales. Se trata de un

modo muy importante de presentar a los actores locales la Prioridad 4 de la Unión para el FEMP, y de contestar también a cualquier pregunta que se pueda plantear. Esta labor de sensibilización e información no es, sin embargo, suficiente por sí misma: es importante también garantizar que las comunidades pesqueras tengan la capacidad de desarrollar y ejecutar sus propias estrategias.

No existen programas de formación «prefabricados» para abordar las diferentes necesidades de las asociaciones locales: la formación y otras formas de apoyo han de hacerse a medida. En el número 10 de *FARNET Magazine* se identificaron cinco ámbitos clave en los que es probable que se necesite desarrollar las capacidades: formular estrategias más centradas en sus objetivos, llevar a la práctica lo aprendido, reforzar la animación (para movilizar a todos los actores clave) y el desarrollo de las capacidades, elaborar proyectos de más calidad y dar a conocer mejor el trabajo de los FLAG.

Formación de los FLAG en Estonia y Polonia en el marco del FEP

Cuando se estaba preparando para el período 2007-2013, la autoridad de gestión de **Estonia** puso en marcha un programa de formación a largo plazo destinado a los futuros FLAG, que consistió en 11 días de formación para miembros regulares de los FLAG, y 26 días para los miembros de los consejos de gestión. La formación incluyó 15 módulos, que se centraron en tres temas principales: establecimiento del grupo de acción local, desarrollo de la estrategia local y cooperación dentro y fuera de la asociación.

Para apoyar la formación se elaboró un completo manual, en el que se explicaban con detalle los principios del Eje 4 como instrumento para el desarrollo sostenible de las zonas de pesca. Tras la formación, cada FLAG obtuvo unos 70 000 € de subvención del FEP para desarrollar su estrategia, con los que se costearon los salarios del personal y la contratación de los expertos externos necesarios durante un período de entre 10 y 12 meses. En paralelo, la autoridad de gestión puso en marcha la red nacional de FLAG para proporcionar de forma permanente apoyo y desarrollo de capacidades a los FLAG.

En **Polonia** se ofreció la oportunidad de prepararse para la aplicación del Eje 4 a 60 FLAG potenciales, incluidos varios representantes por FLAG, de los que se acabaron seleccionando a 48. La formación consistió en tres módulos: información general sobre el Eje 4 (5 horas), establecimiento de la asociación local (8 horas) y desarrollo de estrategias locales (16 horas).

Aparte de la formación, algunas autoridades de gestión desarrollan herramientas específicas para ayudar a los FLAG a preparar sus estrategias. Por ejemplo, para el período 2014-2020 la autoridad de gestión sueca ha desarrollado una plantilla con instrucciones para guiar a los FLAG a través del proceso de desarrollo de su estrategia local, garantizando, así, que se aborden todos los aspectos clave. La autoridad de gestión polaca ha desarrollado, por su parte, una guía en la que se explica qué es lo que debería abordarse en todas las secciones obligatorias de la estrategia local. En línea con el enfoque participativo, la autoridad de gestión invitó a representantes de las asociaciones locales a que escribiesen conjuntamente varios capítulos de la guía (*véase la sección «Zoom» para más información sobre la preparación del desarrollo local participativo en Polonia*).





▲ Un pescador amarra su barco en el Puerto de Castro (zona del FLAG Adriatico Salentino, Italia).

Redes nacionales: una herramienta clave para una eficaz implementación

La experiencia muestra que las redes nacionales de FLAG constituyen una herramienta muy importante para el desarrollo de las capacidades. Varios Estados miembros han puesto en marcha este tipo de redes, que se han mostrado muy eficaces a la hora de reunir a todos los actores implicados en la aplicación del Eje 4, estimulando los intercambios, fomentando la innovación y ayudando a detectar obstáculos y a mejorar la aplicación. La labor que estas redes realizan para desarrollar las capacidades no solo proporciona a los FLAG formación e información muy útiles, sino que también – y quizás esto sea lo más importante – brinda la oportunidad de que los miembros y el personal de los FLAG se conozcan personalmente e intercambien ideas y experiencias. Tal fue, por ejemplo, uno de los roles más importantes desempeñados por la red francesa PACTE (véase el cuadro).

En el período 2014-2020, las autoridades de gestión podrían garantizar que la creación de redes nacionales cuente con recursos suficientes, asignando financiación a tal efecto en el presupuesto de asistencia técnica ya desde la fase de diseño del programa operativo.

Redes de FLAG en Francia, Letonia y Dinamarca

PACTE, la red nacional de FLAG en **Francia**, está coordinada y animada por la *Agence de Services et Paiements* (Agencia de Servicios y Pagos), y gestionada por un equipo equivalente a 1,5 empleados a tiempo completo. Una de las principales actividades de la red es organizar reuniones técnicas periódicas para gestores de FLAG, así como para representantes de la autoridad de gestión nacional y de la Agencia de Servicios y Pagos, y para funcionarios regionales responsables del Eje 4, incluidas las personas encargadas de verificar la admisibilidad. El principal objetivo de estas reuniones, que se organizan entre dos y tres veces al año, es analizar el grado de avance de la aplicación y encontrar soluciones administrativas y/o jurídicas a cualquier problema que pueda surgir. La red costea los gastos de viaje de los FLAG a estas reuniones, una manera implícita de reconocer la importancia que tienen estos intercambios para el desarrollo de las capacidades de los FLAG.

PACTE organiza igualmente las «Jornadas nacionales», un evento anual de dos días de duración al que asisten unas 130 personas. El objetivo es facilitar la creación de redes de contacto y los intercambios de experiencias e ideas de proyectos entre los FLAG, así como mejorar la visibilidad del Eje 4. El evento incluye una serie de actividades variadas como sesiones plenarias, talleres, presentaciones de proyectos y visitas sobre el terreno. El coste total de estas «Jornadas nacionales» asciende a unos 30 000 euros al año.

En **Letonia** la red nacional la gestiona el Servicio de Asesoramiento y Formación Rural, e incluye no solo a los FLAG, sino también a otros actores del sector de la pesca, lo que abre la posibilidad de reforzar los vínculos entre los FLAG, los pescadores y los acuicultores, así como entre las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales interesadas en el sector pesquero. Algunas de las actividades del plan anual de la red están específicamente dirigidas a los FLAG, como seminarios locales e internacionales, intercambios y visitas de estudio, dentro y fuera de Letonia. La red, que se creó en el año 2010, trata de introducir elementos nuevos cada año. El año pasado, por ejemplo, se centró en el trabajo con jóvenes, para motivarlos a permanecer en las zonas costeras y crear empresas en ellas.

La red nacional **danesa** está gestionada por el Ministerio de Asuntos Urbanos, Vivienda y Distritos Rurales, y actúa como el punto de contacto nacional para los FLAG y los LAG. La red desarrolla herramientas (sitio web, publicaciones, actividades de formación...) para aumentar el intercambio de conocimientos e información entre los LAG, los FLAG y otros actores. Desempeña un papel clave asegurando un adecuado flujo de información entre todos los actores implicados en la aplicación del Eje 4 y Leader.



▲ Barcos de pesca en Viana do Castelo (zona del FLAG Litoral Norte, Portugal).

La ayuda preparatoria, una nueva oportunidad

Con arreglo al artículo 35.1 (a) del Reglamento sobre disposiciones comunes⁴, la ayuda al desarrollo local participativo incluirá también los costes de la ayuda preparatoria. Esta novedad se introdujo al objeto de ayudar a los FLAG a desarrollar estrategias de gran calidad, y para garantizar asimismo que los grupos ya existentes y las nuevas asociaciones puedan desarrollar su labor en igualdad de condiciones. Esta ayuda se puede utilizar para financiar tanto actividades colectivas (de sensibilización, formación y creación de redes de contacto) organizadas a nivel nacional o regional, como subvenciones individuales destinadas a FLAG potenciales para, por ejemplo, preparar su estrategia y solicitar financiación del FEMP.

Desde el 1 de enero de 2014 puede solicitarse ya la ayuda preparatoria, la cual se puede asignar incluso a los FLAG ya existentes a fin de que soliciten financiación para el nuevo período. Se trata sin duda de una excelente oportunidad para que los FLAG y las autoridades de gestión refuercen el enfoque «ascendente», faciliten el proceso de desarrollo de estrategias locales y se aseguren de que el programa obtenga los mejores resultados posibles.

La Unidad de Apoyo FARNET ha preparado una serie de herramientas⁵ que podrían ayudar a las autoridades de gestión, las redes nacionales y los FLAG en el proceso de diseñar el desarrollo local participativo en las zonas de pesca durante el nuevo período. Además de las orientaciones generales, existe también un gran número de ejemplos de la vida real obtenidos a lo largo del período 2007-2013 (que abarcan asuntos como criterios de selección para los FLAG y sus estrategias, requisitos relativos a las solicitudes, ejemplos de iniciativas, material de evaluación, etc.). Finalmente, se ha creado hace poco una nueva sección⁶ en el sitio web de FARNET para tratar de responder a las dudas y preguntas que las autoridades de gestión podrían plantearse en relación con la programación del desarrollo local participativo en las zonas de pesca. ■

4 http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=4803

5 <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/tools/local-development-2014-2020>

6 <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/new-questions-answers-programming-clld-emff-2014-2020>

Zoom

Integrar fondos diferentes en el desarrollo local participativo: intenso diálogo en Polonia

Polonia es uno de los Estados miembros en los que se va a promover un enfoque integrado del desarrollo local participativo utilizando los cuatro fondos de la UE (FEADER, FEMP, FEDER y FSE). Se prevé que desempeñen un papel muy significativo en este contexto las 16 autoridades regionales polacas, las autoridades de gestión del FEDER y el FSE y los órganos intermediarios del FEADER y el FEMP.



▲ Captura de carpas en el valle del río Barycz, Polonia.

En la tarea de diseñar el desarrollo local participativo en Polonia colaboran estrechamente el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el de Infraestructuras y Desarrollo Regional. Actualmente se está debatiendo una ley especial para definir los principios generales del desarrollo local participativo (por ejemplo, el papel de las asociaciones, los contenidos de la estrategia local, etc.), que serán comunes a todos los fondos. Polonia tiene la intención de utilizar diferentes instrumentos para simplificar la aplicación del desarrollo local participativo, como:

- > **convocatorias conjuntas** para todas las asociaciones del desarrollo local participativo;
- > a nivel de los programas operativos, una serie de **objetivos generales** – entre los que los Grupos de Acción Local (LAG) podrán elegir los más adecuados para sus zonas – en lugar de medidas predefinidas;
- > **proyectos marco**, de los que los LAG serán los beneficiarios oficiales, y que proporcionarán microsubvenciones flexibles a los actores locales;
- > el uso de diferentes fondos para la **ayuda preparatoria, coordinados** a nivel regional (cada grupo obtendrá la ayuda de un único fondo), y un **fondo principal** para los gastos de funcionamiento;

- > se proporcionará la ayuda preparatoria y los gastos de funcionamiento en forma de **importes a tanto alzado** en la medida de lo posible (cada LAG recibirá una cantidad estándar, que se fijará según los métodos de cálculo que establezca un estudio especial encargado al efecto);
- > aparte de los **anticipos** del 50 % para cubrir los costes de funcionamiento previstos en la legislación de la UE, se está trabajando para establecer otros anticipos con cargo al presupuesto nacional;
- > **convocatoria permanente** de proyectos de cooperación.

Muchas de estas propuestas, así como las disposiciones específicas para las zonas de pesca (incluidos los criterios para la selección de zonas que pueden optar a la ayuda del FEMP), se encuentran aún en fase de proyecto, y siguen siendo objeto de un intenso debate con los LAG y los FLAG.

Los objetivos de aplicar el desarrollo local participativo pueden **variar entre las regiones**. Por ejemplo, una de las regiones que se está planteando permitir que los grupos locales se beneficien de todos los fondos es Cuyavia y Pomerania, región en la que ha sido particularmente intenso el diálogo entre las autoridades regionales y los LAG, los FLAG y las ONG locales. La intención aquí es contar con una **asignación para el desarrollo local participativo significativamente más ele-**

vada que en el período anterior (más de 120 millones de euros procedentes de los cuatro fondos, frente a los 65 millones aproximadamente del FEADER y del FEP en 2007-2013). Las estrategias pueden financiarse con varios fondos y abarcar zonas tanto rurales como urbanas. El FEADER y el FEMP se centrarán en las comunidades rurales y pesqueras, mientras que el FEDER se utilizará para financiar la renovación de poblaciones rurales, así como para ayudar a pequeñas empresas y microempresas, incubadoras, etc. Finalmente, el FSE apoyará la economía social, la solidaridad intergeneracional y modelos de soluciones para las cuestiones sociales (por ejemplo, centros de apoyo a la familia).

El Ministerio polaco de Agricultura ha puesto en marcha ya actividades de **desarrollo de las capacidades** destinadas a los LAG y los FLAG (incluida una formación sobre cómo preparar la estrategia local y cómo mejorar la calidad de los proyectos). También se está preparando una serie de orientaciones sobre los contenidos de la estrategia local, incluido un plan de acción y un plan de comunicación. Para la elaboración de **estas orientaciones** se ha adoptado un **enfoque ascendente, «de abajo arriba»**: el Ministerio ha invitado a los representantes de los LAG (designados a escala regional para formar parte del grupo de trabajo Leader de la Red Rural Nacional) a sumarse a la tarea de elaborar los borradores de los diferentes capítulos de las orientaciones.

Reportaje

EL DESARROLLO LOCAL INTEGRADO EN LA ZONA COSTERA DEL ALTO MINHO [PORTUGAL]

Los grandes ríos se forman con pequeños arroyos

El FLAG Litoral Norte ha decidido centrar sus recursos en dar su apoyo y asistencia a proyectos a pequeña escala promovidos por las asociaciones de pesca y las empresas del sector privado local (como distribuidoras, propietarios de restaurantes u operadores turísticos). Para ello se seleccionan los proyectos que, por un lado, mejor se adapten a las estrategias, integradas y muy localizadas, previamente aprobadas, para garantizar así la coherencia, y que contribuyan, por otro lado, a movilizar los recursos locales.



▲ Embarcación financiada por el Eje 4 para transportar practicantes de kitesurf en Esposende.

La sala está llena de clientes –trabajadores en su pausa para el almuerzo, pensionistas, familias y algunos turistas–. Emanan un delicioso aroma de las cocinas, donde se prepara una sopa de pescado y se adoban los mariscos. Los camareros se mueven con rapidez de una parte a otra del salón, vigilantes pero discretos. A pesar de lo ocupados que están, siempre encuentran tiempo para pararse a charlar con los comensales en las mesas. Hospitalidad portuguesa en su máxima expresión. En Viana do Castelo, el restaurante «Casa Pri-

mavera», fundado hace más de 80 años y especializado en pescado local, es toda una institución. El menú cuenta con una docena de tipos de pescado diferentes, todos adquiridos esa misma mañana en el mercado. Pero hasta hace muy poco, y debido a la falta de espacio, el restaurante solo podía servir a 16 personas a la vez. «El Eje 4 del FEP nos ha permitido ampliar el restaurante reformando y equipando una trastienda que antes no tenía uso. El FLAG nos dio 67 000 de los 112 000 euros que necesitábamos», afirma el propietario del

restaurante, José Luís Casanova Soares. Desde que se acabaron las obras (verano de 2014), el restaurante ha triplicado casi su capacidad y ahora puede dar asiento a unos 40 comensales a la vez. También se han creado dos nuevos puestos de trabajo.





▲ Ampliación del restaurante «Casa Primavera».



▲ Joana Pinheiral es una pescadera ambulante.

El vecino restaurante «O Pescador» tiene un ambiente y un marco muy similar: «En febrero de 2013 recibí un correo electrónico del ayuntamiento en el que me informaban de que se iba a organizar una reunión sobre el Eje 4», afirma el propietario Antonio Franco de Matos. «Asistí a la reunión y pensé que era una buena oportunidad para mejorar mi restaurante. Me concedieron algo más de 20000 euros para modernizar la cocina, hacer marketing de mi negocio y adquirir unos enormes tanques de pescado. He podido mejorar significativamente el servicio y aumentar mi clientela. Ahora puedo ofrecer más tipos de pescado local y crear nuevos platos que combinan recetas tradicionales e innovadoras, como un besugo con guarnición de algas, por ejemplo. También he podido contratar a una persona más, y es muy probable que pronto emplee a otra».

Inversiones privadas a pequeña escala

«Vimos en el Eje 4 una oportunidad para apoyar la inversión privada a pequeña escala, lo que constituye una novedad aquí en la costa», afirma Julio Pedro Pereira, director de la Comunidad Intermunicipal Minho-Lima (CIM Alto Minho) y del FLAG Litoral Norte (que cuenta con 29 miembros repartidos a partes casi iguales entre asociaciones pesqueras, autoridades locales, sector privado, voluntarios y miembros del mundo académico). «Se han apoyado 43 proyectos y se ha asignado el 80 % de la financiación a emprendedores privados o sociales».

Cecilia Marques, coordinadora del FLAG, afirma: «Durante los primeros dos años pusimos un techo de financiación de 100000 euros por proyecto, precisamente para limitar el número de proyectos a gran escala. La idea de este enfoque gradual era también distribuir mejor la financiación, ya que el Eje 4 era una novedad. Pusimos en marcha el proyecto "Aldeas marinas" para mejorar y optimizar nuestra estrategia operativa (nota del editor: véase en la página 14). Antes aquí solo conocíamos el FEDER y el FSE, en cuyo marco el CIM había gestionado los proyectos. Para el Eje 4 basamos nuestro enfoque en la experiencia de las zonas del interior con Leader».

A las 24 convocatorias de propuestas lanzadas por el FLAG les siguió una reunión en cada zona del concejo local, a las que asistió una media de unas 20 personas.

«El boca a boca funciona muy bien. Se trata ante todo de una cuestión de confianza. Podemos ganarnos a la gente demostrando que somos accesibles», afirma Sandra Fernandes, responsable de desarrollo del Eje 4. «Nuestro personal tiene que estar muy motivado para realizar esta tarea, y también debemos explicar claramente los objetivos. Resulta muy útil igualmente promocionar proyectos de éxito, como hacemos a través de nuestro sitio web».

Una pescadera ambulante, y un carnicero-pescadero

Joana Pinheiral, treintañera y antigua empleada de una fábrica de componentes para automóviles, se quedó sin trabajo cuando la empresa se marchó a otro lugar en junio de 2009. «Fue una época difícil para mí, pero me dio la oportunidad de reflexionar sobre mi carrera. Decidí probar en un terreno completamente diferente. Como mi padre era pescador, me vino de forma natural pensar en este sector. Fue precisamente mi padre quien me llamó la atención sobre la primera reunión del Eje 4 en Viana. Acudí a ella y vi que quizá podía poner en práctica mi idea de convertirme en una pescadera ambulante, con entrega a domicilio. Como empleada y consumidora que andaba siempre escasa de tiempo, me di cuenta de que en la zona había una demanda por este tipo de servicio que no estaba siendo cubierta. La idea es muy sencilla: "Si no tienes tiempo de ir a la pescadería, ella vendrá a ti"». Joana puso en marcha la empresa, aunque ello supuso perder varios meses de prestaciones por desempleo. En 2011 el Eje 4 le concedió una ayuda de casi 18000 euros para comprar y equipar un pequeño camión frigorífico y establecer su base de clientes. Su modelo de negocio es una inteligente combinación de venta directa y tecnología moderna. Cada cliente de la red, que ella misma se ha construido –pasando de una docena en 2012 a los más de 100 clientes actuales– recibe un SMS informándole de lo que hay disponible en el mercado ese día.



▲ José Luis Mancio da Costa ha diversificado su producción mediante la elaboración de lenguado ahumado



▲ Navales: el Eje 4 ayudó a financiar la modernización del taller.

Los clientes interesados pueden hacer un pedido a Joana, quien entregará el pescado a domicilio un poco más tarde ese mismo día. «Entrego mis pedidos en un radio de acción de 25 km. Entre mis clientes habituales tengo cuatro restaurantes, aunque también vendo a obreros y a oficinistas, que pueden comprar en el camión durante sus pausas de trabajo».

José Luis Mancio da Costa es un carnicero de Lanheles, un pueblo conocido por su festival anual de «lenguado ahumado», que se celebra todos los meses de septiembre. El pescado se ahúma, no obstante, de forma casera, y no se vende en sí mismo como producto. «Hace tres años llegué a la conclusión de que producir lenguado ahumado para su venta podría ser una buena manera de diversificar mi negocio, dado sobre todo que ya poseía los conocimientos y las instalaciones necesarios para hacer salchichas ahumadas. El Eje 4, del que había oído hablar hacía muy poco, parecía una buena herramienta para convertir la idea en realidad. Y, efectivamente, en 2012 recibí 62000 euros del FLAG para adquirir el equipamiento necesario».

Entre 2013 y 2014 José Luis produjo y vendió 1000 kg de lenguado ahumado. «Aunque esta actividad supone ya el 10 % de mi facturación, aún no es rentable. Pero disfruto con ello, aunque solo sea porque parece que soy el único carnicero del mundo que trabaja con lenguado! Además, he podido contratar también a una persona más, lo que es todo un logro con la crisis actual». José Luis espera ahora expandir su negocio y busca, por ello, un lugar adecuado

donde ubicar las nuevas instalaciones. Está también muy interesado en exportar su producto, y plantea introducirse en el mercado francés. De hecho, hace poco exportó una caja de lenguado ahumado a... Mónaco, ¡sin duda un inicio prometedor!

Construcción naval

Otro ejemplo de inversión privada en un sector totalmente diferente es el de la construcción naval, una industria tradicional en esta región.

Navales es una empresa que fabrica barcos de gama alta rígidos y semirrígidos, de entre 16 y 37 metros, que se venden bajo la marca «Searib's» y se utilizan para operaciones de rescate en el mar y como barcos de recreo y de pesca.

La compañía era consciente de los cambios que se estaban produciendo en el mercado y de la oportunidad que representaba ofrecer a los propietarios de embarcaciones de recreo un «dique seco» en el que guardar sus barcos durante el invierno. Por ello decidió expandir sus actividades para incluir la construcción y reparación de cascos fabricados con fibra de vidrio, poliéster reforzado y otros materiales.

El Eje 4 aportó el 60 % de los 91000 euros requeridos para modernizar y aislar el taller, ya que el trabajo con estos materiales (ya se haga con el método clásico de estratificación o con el de vacío) resulta especialmente sensible a las fluctuaciones de temperatura.

Gracias a esta inversión se pudieron crear dos nuevos empleos, a los que podrían seguir hasta otros diez más en el futuro.

«Nuestras inversiones van fundamentalmente dirigidas al sector privado, aunque hacia el final del programa una cantidad cada vez mayor ha ido destinada al sector público, teniendo siempre en mente nuestro objetivo de ayudar a los pescadores», afirma José María da Cunha Costa, alcalde de Viana do Castelo, presidente del CIM, director del FLAG y miembro también, por cierto, de la Comisión de Medio Ambiente, Cambio Climático y Energía del Comité de las Regiones. «Hace siglos que mantenemos una importante relación con el mar. En el pasado comerciábamos con Inglaterra y Brasil, y también pescábamos bacalao. Todo esto ha desaparecido ya, pero la pesca artesanal sigue siendo un pilar económico fundamental. Aquí decimos que detrás de cada pescador hay unos siete trabajadores. La pesca artesanal es esencial para el turismo y el sector de la hostelería. Nuestra estrategia se basa en mejorar los procesos de producción y modernizar las infraestructuras para poder incrementar los precios y reducir los costes. El Eje 4 del FEP nos ayudó, en una primera fase, a reunir a todos los actores de la pesca artesanal, y, en último término, a apoyar a los pescadores y las pequeñas empresas del sector. En un país tan centralizado como Portugal, el Eje 4 nos ha permitido responder a las necesidades locales de una manera más rápida y eficaz».



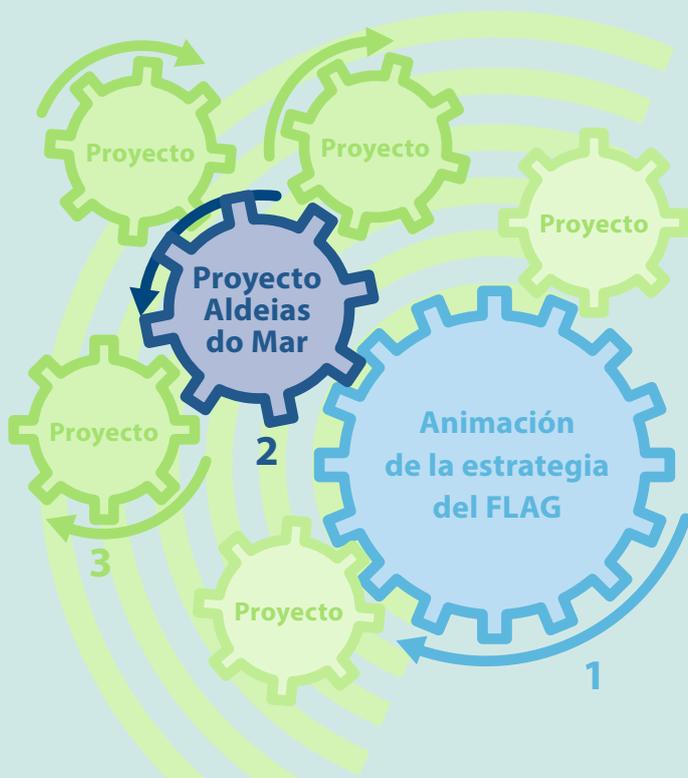
Un enfoque intermunicipal: «Aldeas marinas»

En el marco del proyecto «Aldeias do Mar» (Aldeas marinas), la estrategia territorial del FLAG Litoral Norte se subdivide a su vez en estrategias localizadas, cada una de las cuales abarca cinco comunidades costeras que gozan de un gran potencial de desarrollo y emprendimiento. La estrategia del FLAG para el período 2014-2020 se propone sacar provecho a estas «comunidades de proyectos».

Antonio Luis Ferreira nos muestra su «cuaderno de campo», un álbum en el que ha ido reuniendo fotos de las características naturales y culturales más significativas de cada una de las cinco comunidades en cuestión: Esposende, Castelo do Neiva, Ribeira de Viana do Castelo, Vila Praia de Âncora y Vila Nova de Cerveira. «Es importante buscar el impacto visual», afirma. «Cuando los residentes ojean el cuaderno se dan cuenta de lo realmente excepcional que es la arquitectura y la naturaleza que ven todos los días».

La empresa de consultoría de Antonio Luis fue la encargada de llevar a cabo el estudio que condujo al proyecto de Aldeas marinas, que se propone promover el potencial local de una manera sostenible y coherente mediante el apoyo a la creación de nuevas empresas. El enfoque es doble: un diagnóstico territorial y un proceso de emprendimiento o creación de empresas.

La fase de diagnóstico se llevó a cabo en dos etapas: en la primera se celebraron diez reuniones públicas (dos por comunidad), y en la segunda se organizaron grupos temáticos (en los que también participaron personas no residentes) y 30 entrevistas con actores clave de la escena local (concejales, pescadores, emprendedores y urbanistas) para profundizar aún más en el diagnóstico.



▲ La renovación del puerto pesquero de Viana do Castelo siguió el enfoque del proyecto «Aldeias marinas».

«Hemos utilizado un enfoque integral. Queríamos que todos participaran y tuvieran la oportunidad de expresarse. Para esta actividad de diagnóstico, que es de carácter tanto territorial como arquitectónico, tuvimos constantemente en cuenta a los diferentes sectores. Esta fase dio lugar a un «mapa del valor territorial» y a un plan de desarrollo para cada una de las cinco comunidades participantes», afirma Miguel Matos, uno de los fundadores del FLAG.

In.Cubo, un vivero de empresas sin ánimo de lucro, se encargó del proceso de emprendimiento que siguió a la actividad de diagnóstico, y que constó igualmente de dos fases.

La primera fase adoptó la forma de un concurso de ideas empresariales («E+PROMAR»), que finalizó en enero de 2014 y condujo a la identificación de nueve proyectos empresariales innovadores (producción de algas, una estación termal, etc.) que cumplían con el plan de desarrollo de la Aldea marina en cuestión. «La segunda fase consiste en ayudar a poner en marcha estos proyectos y apoyarlos hasta que empiecen a estar realmente operativos», afirma Jorge Miranda, coordinador de proyectos de In.Cubo.

Entre tanto, el FLAG se ha inspirado en este enfoque de Aldeas marinas para el proceso de selección de sus proyectos actuales, algunos de los cuales aparecen en este reportaje, como los restaurantes «O Pescador» y «Casa Primavera», así como para la regeneración del barrio de pescadores de Viana do Castelo (véase la fotografía).

1. SELECCIÓN

El FLAG Litoral Norte desarrolló un proyecto junto con una empresa de consultoría y una incubadora de PYME («In.Cubo», <http://incubo.eu>).

2. INCUBACIÓN

El proyecto «Aldeias do Mar» aplica la estrategia del FLAG en localidades concretas, utilizando para ello una serie de herramientas y estrategias específicas para el proceso de incubación de PYME.

3. MULTIPLICACIÓN

En enero de 2014 se seleccionaron nueve proyectos, que iniciaron una segunda fase de asesoramiento con «In.Cubo». Este método proporciona al FLAG proyectos mejor diseñados, por ejemplo, con unos planes de empresas más maduros.



▲ Vitrina de venta en la tienda gourmet Causses, París.



▲ Las mismas nasas se pueden utilizar para capturar pulpos, cangrejos y bogavantes.

Vianapesca

En la tarea de promocionar la pesca local entran en juego muchos factores como los restaurantes, la venta directa, la profesionalización de las tradiciones y, por supuesto, el procesado o transformación de pescado.

La organización pesquera Vianapesca cuenta con 567 miembros y el mismo número de barcos, lo que la convierte –aunque la mayoría de sus embarcaciones sean artesanales– en la mayor flota pesquera de Portugal.

«Necesitábamos realmente aumentar el valor de nuestras capturas, y la idea de utilizar parte de las mismas para producir productos en conserva parecía una buena manera de conseguirlo», explica Francisco Portela Rosa, fundador de la cooperativa y miembro del FLAG. «Un estudio realizado en 2012 reveló que la industria conservera portuguesa estaba experimentando un fuerte crecimiento». De modo que los pescadores decidieron entrar en este mercado, y contrataron a una empresa especializada con sede en Oporto para que enlata su pescado.

Ahora, transcurridos dos años, Vianapesca ofrece 17 productos, como filetes de caballa y atún, caviar de sardina y pez espada. La gama de productos es fácilmente reconocible gracias a su sofisticado embalaje. Al año se producen unas 30000 latas, de las que un 60 % son vendidas a turistas. «Ha habido casos de turistas en vacaciones que han gastado más de 100 euros en conservas de pescado en una sola compra, para llevárselas a casa», afirma Francisco. «Ahora nos estamos centrando en investigar nuevos mercados. Asistimos a la edición de 2013 de la Boston Seafood Show (Feria del Pescado y el Marisco de Boston). También estamos trabajando con la Escuela de Hostelería

de Viana do Castelo, que desarrolla recetas para platos calientes utilizando pescado en conserva. Hemos creado unas vitrinas de venta muy atractivas que hemos empezado a instalar en una serie de tiendas gourmet de gama alta, como hace poco en Causses (París)⁷».

«Operación pulpo»

«Vianapesca es un buen ejemplo de proyecto con una participación directa de los pescadores», explica Cecilia Marques. «Los propios pescadores no suelen tener tiempo o capacidad para presentar proyectos. De hecho, ninguno de los pescadores es promotor de proyecto a título individual. Las iniciativas relacionadas directamente con la pesca son gestionadas por sus organizaciones profesionales».

Tal es el caso de otro proyecto iniciado a petición de la misma asociación pesquera, relacionado con nasas o artes de trampa para capturar pulpos, y que reúne a pescadores y científicos. El objetivo es minimizar o eliminar las algas, conchas y, sobre todo, percebes incrustados, así como la corrosión de las nasas actualmente en uso: «Esto nos cuesta tiempo y dinero», explica João Abrantes, profesor de ciencias de los materiales en el Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC). «Además, las nasas se tienen que lavar periódicamente con un producto que es altamente contaminante. El otro objetivo es minimizar el espacio que ocupan las nasas en su transporte y almacenamiento».

El IPVC inventó, así, un nuevo diseño para las nasas, cuyo prototipo probó en el mar con los pescadores. Y los resultados han sido impresionantes: las imágenes captadas bajo el agua muestran que, pasados tres meses, las nuevas nasas están tan limpias como al principio. Eduarda Lima, otra investigadora que parti-



▲ João Abrantes y Eduarda Lima con sus prototipos de nasas.

cipa en el proyecto, presentó una maqueta y un prototipo en su laboratorio: «Las nasas se pueden encajar unas con otras durante el transporte y almacenamiento, reduciendo considerablemente el espacio ocupado, lo que constituye una ventaja tanto en tierra como en mar. El problema es el elevado coste del producto, al menos en volúmenes pequeños (60 euros frente a los 30 que cuestan las nasas actuales, que los pescadores fabrican por sí mismos en muchos casos). Pero estamos trabajando con la industria del plástico para fabricarlas a mayor escala».

El Eje 4 proporcionó buena parte de la financiación necesaria para este proyecto de investigación y desarrollo (2013-2015), casi 50000 euros. Es un proyecto que interesa al conjunto de los pescadores locales, ya que todos ellos pescan pulpo y, además, las mismas nasas se pueden utilizar para los cangrejos y los bogavantes.



⁷ El acto de lanzamiento en Causses tuvo lugar el 27 de septiembre de 2014. https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_Newsletter_2014_11_ES.pdf.



▲ Pesca con caña en el río Miño.

Una etiqueta de calidad para el pescado del río Miño

CertPiscis es otro proyecto que reúne a pescadores y científicos, así como a otras partes interesadas.

El pescado del río Miño (lamprea, anguila, sábalos y salmón) es conocido en Portugal y España por su calidad. El objetivo del proyecto CertPiscis, que está coordinado por el Aquamuseu do Rio Minho (*Acuario y museo del Río Miño*), un miembro del FLAG, era crear una plataforma de apoyo para preparar el lanzamiento de una etiqueta de calidad de pescado. El Eje 4 proporcionó la mitad de los 18000 euros requeridos para el proyecto.

Como explica Carlos Antunes, director del Aquamuseu: «El propósito del proyecto era fomentar y proteger este recurso, basándose en los conocidos principios de “pescar menos pero mejor” y “hacer más con menos”. El reto era movilizar y reunir a todos los actores interesados en la pesca en el Miño, a ambos lados de la frontera, español y portugués: pescadores profesionales y aficionados, minoristas, propietarios de restaurantes, operadores turísticos, ecologistas y autoridades locales. Durante el período 2011-2012 organizamos diez reuniones, dos en cada uno de los cinco municipios concernidos. El proyecto abarca los últimos 70 kilómetros del curso del río Miño, una zona en la que conviven dos situaciones diferentes a las que hacer frente, ya que en la región del estuario existe mucha más cooperación que río arriba. Lo más difícil era generar confianza, aunque no partíamos de cero. Desde el año 2005, Aquamuseu ha venido organizando reuniones anuales con pescadores y científicos.

Los propietarios de restaurantes también han respondido muy positivamente al proyecto. La dificultad estriba no tanto en movilizar a las personas, sino en transmitirles el deseo de trabajar juntas en pos de un mismo objetivo y siguiendo las mismas normas, y ayudarles a comprender y aceptar que todos forman parte de una misma red».

Deportes acuáticos

Otro pilar de la estrategia del FLAG Litoral Norte son los deportes acuáticos. Su presidente, José Maria da Cunha Costa, afirma que «el trabajo de diagnóstico llevado a cabo por nuestro FLAG indicó claramente que nuestra economía está basada en el mar y en dos actividades principales: la pesca y los deportes acuáticos. La escuela secundaria de Viana do Castelo ofrece ahora cursos de deportes acuáticos en los que en 2013 se matricularon 300 estudiantes, cifra que ha ascendido hasta más de 1 000 alumnos en este 2014. Deberíamos promover más nuestros deportes acuáticos en el norte de Europa y mejorar nuestra oferta. El kitesurf es un deporte emblemático en este sentido».

Pedro Bessa, Anders Modin y Tiago Rocha trabajan para una empresa llamada «Kook Proof»⁸, que cuenta con nuevas oficinas en el puerto de Esposende, en un edificio renovado adyacente al mercado. Es obvio que estos jóvenes emprendedores mantienen una buena relación con los pescadores locales.

Pedro Bessa nos cuenta la historia: «Empezamos como una escuela de kitesurf, pero al cabo de dos años nos convertimos en un operador turístico completo, proporcionando cursos y alquilando equipos para una amplia

gama de deportes (kitesurf, windsurf, surf de remo y ciclismo de montaña); también ofrecemos servicios de transporte, alojamiento, restauración, etc. Gracias a nuestro sitio web, el boca a boca y los contactos que tenemos con operadores turísticos de los países escandinavos, hemos pasado de tener 50 clientes en 2011 a 250 en 2014».

La compañía se encuentra ubicada en un lugar excepcional para la práctica de deportes acuáticos y del kitesurf en particular: en Esposende, donde, justo antes de desembarcar en el mar, el río Cávado forma un meandro de 90° que crea una playa peninsular a la que no se puede acceder por carretera, conocida como la *Praia de Ofir-Restinga*. Los surfistas pueden acceder a ella en un barco pilotado por... un pescador.

«El kitesurf es la mejor actividad local tras la pesca, y ambas están conectadas», afirma Alberto Paquete, vicepresidente de la asociación pesquera local. «La clientela está interesada en nuestra cultura pesquera: les gusta venir al mercado para observar la venta de pescado, ver el regreso de los barcos al puerto y participar en las barbacoas que organizamos periódicamente con los pescadores en la playa».

Esto contrasta con otras regiones de Portugal en las que existe una especie de «guerra fría» entre los pescadores y los surfistas. En Esposende los «kitesurfistas» gozan realmente de gran simpatía: son ante todo consumidores y, cuando no hay viento, practican otras actividades como piragüismo, ciclismo de montaña, visitas culturales, etc., que sirven de apoyo a la economía local.



▲ El equipo Kook Proof.

«Nuestros clientes cuentan en realidad con un buen número de cualidades deseables», continúa Pedro. «El kitesurf es un deporte bastante caro, el equipamiento cuesta varios miles de euros. Los practicantes de este deporte suelen ser, por tanto, acomodados, o "dinks"⁹, como los denominamos en la jerga de marketing. Viajan en grupo y gastan mucho dinero. ¡Cuando 15 de estas personas se presentan en un restaurante, puedo garantizarle que su propietario se frotará las manos de alegría!».

En mayo de 2011 la empresa recibió una ayuda del Eje 4 de 52000 euros, que se empleó fundamentalmente para adquirir equipamiento, incluidos dos barcos para transportar clientes. La inversión permitió a la empresa crear dos puestos de trabajo. «Ahora nos gustaría reestructurar nuestra actividad creando un "hostal para surfistas", donde podamos reunir a todos nuestros clientes que actualmente se encuentran dispersos en tres alojamientos diferentes. No queremos crecer, tan solo deseamos convertirnos en las mejores instalaciones de deportes acuáticos al norte de Oporto. Ahora estamos concentrando nuestros esfuerzos en la calidad y en garantizar que la región se beneficie de la industria del turismo. Estamos orgullosos de ser un motor para el turismo local inteligente».

Rui Pereira, concejal responsable de Turismo, Deporte y Juventud, está de acuerdo: «Tenemos la suerte de contar con un río y un mar al lado de nuestras casas. El turismo marítimo es un sector estratégico que se ha ido haciendo cada vez más profesional gracias a empresas como Kook Proof. Antes, la concejalía se veía

obligada a organizarlo todo ella misma. Ahora delegamos el trabajo en empresas especializadas: se trata de un método más profesional y eficiente, y que nos permite centrarnos más en la coordinación. Si antes había solo dos empresas de este sector activas en Esposende, ahora contamos con doce».

El FLAG Litoral Norte ha dado su apoyo a otros 12 proyectos que combinan actividades de pesca, deportivas y de ocio acuático en la zona.

José Maria da Cunha Costa, presidente del FLAG, lo resume de la siguiente manera: «El Eje 4 del FEP es la herramienta perfecta para el desarrollo integrado participativo. Cada pueblo o aldea tiene sus propias características particulares, ya sean de naturaleza económica, social o cultural. El objetivo es promover estas características a través de las empresas existentes, o de las nuevas que se creen en el marco del proyecto "Aldeas marinas"». ■

LITORAL NORTE (Portugal)				
		<p>Superficie: 659 km²</p> <p>Población: 60 889 habitantes</p> <p>Densidad: 92,4 habitantes/km²</p>		
Presupuesto del Eje 4		EUR		
	EU	Nacional	Privado	Total
Total	2 230 306	533 210	714 348	3 477 864
<p>CONTACTO GAC Alto Minho A/A Cecilia Marques Comunidade Intermunicipal do Minho-Lima (CIM) Rua Bernardo Abrunhosa, 105 4900-304 Viana do Castelo (Portugal) Tel. +351 258 800 200 gac@cim-altominho.pt www.cim-altominho.pt</p>				
		<p>gac alto minho grupo de acção comunitária do litoral norte</p>		

8 En la jerga del kitesurf, un «kook» es un principiante algo torpe.

9 Dinks: acrónimo de «Double Income No Kids», parejas con dos ingresos y sin hijos..

Gente

«Los pescadores son gente pragmática, que necesita pruebas concluyentes para convencerse de los beneficios que vayan a poder obtener»

Entrevista a tres bandas con Frédérique Deschamps, Gala Martínez y Manuela Sampaio, gerentes de FLAG en Francia, España y Portugal.

Aprovechamos la celebración del «LAB FLAG» Sudoeste – un taller que, con el apoyo de FARNET, se celebró los pasados días 22 y 23 de septiembre en Barcelona – para entrevistar a tres gerentes de FLAG, procedentes cada una de diferentes contextos geográficos, personales y profesionales. Frédérique Deschamps, Gala Martínez y Manuela Sampaio nos hablaron sobre sus respectivas historias y experiencias, así como sobre los aspectos emocionales de su trabajo durante los últimos años. Y, lo que quizá sea más interesante, compartieron también con nosotros su pasión y entusiasmo, y su visión de futuro para el programa.

FARNET Magazine: Gala, Manuela y Frédérique, hola y bienvenidos a Barcelona y a la revista FARNET Magazine. Hace un par de meses, uno de los participantes en la encuesta en línea de nuestra publicación sugirió la idea de realizar entrevistas-debate a las personas que realmente «hacen» FARNET, y este es el motivo por el que estamos hoy aquí. Para empezar, ¿podrías por favor hacernos una breve presentación de vosotras mismas y de vuestra experiencia?

Manuela: Yo trabajo como la gerente del FLAG del Alentejo, en Portugal. Realicé estudios de gestión empresarial, así que cuando empecé a trabajar en desarrollo local en la Agencia ADREPES el año 2000, en el contexto de Leader+, mi labor estaba «orientada a la empresa». Trabajar en el mismo ámbito pero en el contexto de las comunidades y los profesionales de la pesca es, por supuesto, muy diferente: el sector pesquero es un entorno duro, caracterizado por la determinación de sus profesionales y por un cierto corporativismo que, si no se gestiona adecuadamente, puede dejarte un poco fuera de juego. En mi caso podía contar con mis 14 años de experiencia en desarrollo rural, pero aun así tuve que adaptarme a nuevos códigos, actitudes y relaciones. Pero al final, cuando comparo mi trabajo anterior en Leader con mi rol actual en el FLAG, encuentro muchas similitudes. Con los pescadores, al igual que con los agricultores, tienes que tener paciencia, y buenas dotes de negociación y comunicación para ayudar a los profesionales a comprender los beneficios que pueden obtener.

Gala: Yo soy la gerente del FLAG del Delta del Ebro, en Cataluña, España. ¡Era un mundo totalmente nuevo para mí! Estudié ingeniería forestal, así que cuando empecé como gerente del FLAG en 2012 sabía mucho de árboles, pero la pesca era una historia totalmente diferente. Y, lo que es peor, los pescadores no me conocían... Era como un árbol en medio del océano. Lo más difícil ha sido cambiar mi imagen, pasar de ser una extraña a convertirme en un miembro aceptado de la comunidad, cosa que conseguí poco a poco, a «paso de hormiga».



Frédérique: A diferencia de Gala, cuando empecé a trabajar como gerente del FLAG de Los tres estuarios (Paso de Calais, Francia) en 2010, ¡me sentí como pez en el agua! En efecto, había pasado los siete años anteriores como gestora de proyectos para el Comité de Pesca en Aguas Profundas sobre nodos avanzados de flotas en Escocia, y en San Pedro y Miquelón, un puesto avanzado francés de pesca en el Atlántico norte. Así que cuando decidí volver al continente, esta experiencia me ayudó a solicitar con éxito el puesto de gerente del FLAG en el Comité de pesca local. Mi experiencia previa me abrió rápidamente muchas puertas en el sector.

Gala: Es una situación muy diferente, desde luego, pero en mi caso creo que ser considerada como una «extraña» ha supuesto a veces una ventaja: pueden verme como a un actor neutral, sin ningún interés o preferencia personal por un sector u otro.

Frédérique, ¿esa «imagen sectorial», es decir, el hecho de estar muy identificada con un sector concreto, ha supuesto un problema para ti?

Frédérique: No, realmente no, quizá porque me aseguré de establecer contactos muy pronto, y relacionarme de manera proactiva con actores ajenos al sector de la pesca en la zona, y fuera de ella. Por ejemplo, con los grupos Leader vecinos: fui a visitarles y les pregunté si podía utilizar su trabajo y su metodología como ejemplos a aportar a mis socios y beneficiarios potenciales del sector de la pesca. Creo que este es un consejo muy valioso que daría a cualquiera que esté comenzando en este tipo de trabajo sin experiencia previa en el sector de la pesca: ser prácticos con los pescadores, y presentarles pruebas tangibles de cómo funciona esto, aunque procedan de otro contexto como el del desarrollo rural. Los pescadores son gente pragmática, que necesita pruebas concluyentes para convencerse de los beneficios que vayan a poder obtener.



Frédérique Deschamps



Gala Martinez



Manuela Sampaio

Y ahora una pregunta difícil para las tres: ¿cuál sería el proyecto apoyado por vuestros FLAG que más significa para vosotros?

Manuela: Hemos tenido proyectos muy diferentes, con distintos niveles de ambición y complejidad. Pero siento una particular preferencia por un proyecto que se inició con una idea muy simple de una cadena corta de distribución. Como en Portugal todo el pescado se debe vender a través de una lonja, es muy difícil para los pescadores desarrollar un servicio de venta directa. De modo que un emprendedor decidió trabajar con un par de pescadores de Sesimbra, en barcos de una eslora inferior a 12 metros. Básicamente, lo que hacen es recibir pedidos en línea hasta los jueves, luego compran sus propias capturas en la lonja los viernes y la entregan a sus clientes 24 horas después de su desembarque. El programa solicitó igualmente una certificación por un tercero, para verificar la sostenibilidad y la responsabilidad de las operaciones; finalmente, también desarrollaron un embalaje innovador. La consecuencia de todo ello a día de hoy es que han creado tres empleos equivalentes a jornada completa y han triplicado sus ventas desde 2012. Incluso han cerrado varios acuerdos de asociación con tiendas de comida ecológica en Lisboa. ¡Simple pero efectivo!

Gala: ¡Es imposible escoger! Todas las personas y todos los proyectos han tenido su impacto. ¡Hemos podido generar unos 60 puestos de trabajo en la zona, relacionados directa o indirectamente con la pesca y la acuicultura! Pero si tuviera realmente que elegir solo uno, me quedaría quizá con el proyecto Mirador Badia, en el que profesionales de la acuicultura y propietarios de restaurantes construyeron una plataforma sobre unos pilares que llama mucho la atención de los visitantes y que se ha convertido ya en un elemento emblemático del paisaje¹⁰. Quiero subrayar también que este proyecto es resultado directo del trabajo realizado con la administración regional, para hacer posible el pescaturismo en Cataluña.

Frédérique: Soy muy consciente del impacto que los proyectos pueden tener en la calidad de vida de nuestras comunidades pesqueras. Uno de mis favoritos es un proyecto que permitió a los pescadores de Le Crotoy renovar sus puntos de venta de pescado en el puerto. El proyecto ha tenido un impacto extraordinariamente positivo para ellos, ya que ha mejorado sus condiciones de trabajo y su imagen de cara a los clientes, y ha venido a colmar una brecha entre ellos y el ayuntamiento, que se mostraba a favor del proyecto pero no podía invertir los fondos necesarios debido a los límites presupuestarios. De esta manera, el apoyo financiero del Eje 4 ha ayudado también a que los pescadores y las instituciones públicas trabajen juntas en pos de un objetivo común.

Todo esto es muy positivo, ¿pero estos proyectos quizá podrían haberse puesto en marcha sin los FLAG? Gala, ¿qué opinas al respecto?

Gala: Bueno, lo dudo... en primer lugar, por la importancia de los cambios en la normativa regional, problema que se resolvió gracias al trabajo del FLAG, y también por los ejemplos que observamos en otras zonas de FLAG de la UE y que nos sirvieron de inspiración. Pero también porque habría sido más difícil que esos actores se hubieran puesto de acuerdo en torno a un objetivo común sin el apoyo estructurado, transectorial y financiero del FLAG.

Manuela: En nuestro caso, el proyecto empezó sin el apoyo del FLAG. El emprendedor era muy proactivo, tenía una clara visión y deseaba llevarla a cabo con o sin apoyo. Pero el FLAG tuvo una importancia fundamental ayudándole a hacer crecer y expandir su empresa, tanto geográfica como técnicamente.

Frédérique: En nuestro caso está muy claro: habría sido imposible sin el FLAG.

Hablemos ahora de las habilidades. Dentro de unas horas os sumaréis a un grupo de trabajo con otros FLAG para diseñar el «El "Dream Team" de los FLAG y la asociación perfecta». ¿Podéis contarnos cuál ha sido vuestra habilidad o capacidad más útil, y cuál habéis echado más de menos en vuestro trabajo como gerentes de FLAG?

Manuela: ¿Sin falsas modestias? ¡La paciencia y las dotes de negociación! Esto es lo que me ha ayudado a conseguir que los pescadores se hablen entre sí y se sientan parte integrante del sector, hasta el punto de que ahora recibimos invitaciones de asociaciones de pescadores para convertirnos en miembros de sus consejos como mediadores o asesores, ¡así que quizá la ubicuidad será también un don muy útil en los próximos años! (risas). Hablando más en serio, creo que, como apuntó Gala, es importante que tengamos una imagen neutral, que pueda ayudarnos a superar discusiones internas ancladas a veces en «posturas» tensas o inamovibles, herencia de viejos hábitos. No estoy muy segura de qué habilidades he echado de menos, creo que los gerentes de FLAG tienen que recurrir a todas las capacidades y recursos de los que dispongan. En el siguiente período de programación espero que nos veamos respaldados al 100 % por nuestras administraciones nacionales, y lo digo en sentido literal. En Portugal, por ejemplo, el presupuesto de los FLAG solo cubría el 90 % de los costes de animación, así que tuvimos que buscar el 10 % restante en otra parte. Esto debería resolverse de otra manera en el próximo período.

¹⁰ Véase FARNET Magazine nº 9, página 15.

Gala: Creo que mi principal atributo ha sido la curiosidad: mostrar un interés genuino en un gran número de asuntos diferentes. En cuanto a la falta de habilidades, creo que son demasiadas como para enumerarlas todas aquí (*risas*).

Frédérique: Respecto a las habilidades, como antes expliqué, haber trabajado en el sector durante un tiempo tuvo una importancia crucial a la hora de acelerar el proceso de reconocimiento y aceptación, y mi experiencia como gestora de proyectos en el ámbito pesquero me aportó también una buena base para gestionar los trámites administrativos. El aspecto más deficitario en nuestro caso ha sido el de la comunicación. Nos han faltado recursos, y también apoyos, para conseguir los resultados apetecidos en este sentido. Creo que nos habría sido de gran ayuda si nuestras instituciones nacionales nos hubieran proporcionado un «kit de comunicación» o un «kit de gestión de proyectos», para ayudarnos a diseñar unas adecuadas campañas de comunicación y divulgación a escala local.

 **Gala, a pesar de ser «nueva» en el trabajo, bajo tu gestión el FLAG ha seleccionado 68 proyectos, ¡una cifra nada desdeñable! ¿Cómo lo conseguiste?**

Gala: Una vez roto el hielo y establecida una confianza mutua, todo fue mucho más rápido. Pero hubo sin duda varios factores cruciales, como estar en contacto diario con la comunidad, perseverar y tener la curiosidad y la capacidad de aprender y comprender el universo de la pesca. Tienes que tomártelo realmente de forma «personal». El consejo ha sido también muy importante para el buen funcionamiento del FLAG: nos reunimos cada dos meses con la asociación al completo, y nos esforzamos en lo posible por crear un sentimiento de apropiación o adhesión; también mantenemos informados regularmente a los pescadores a través de las cofradías¹¹, sobre temas como la evolución de la estrategia de desarrollo local, los proyectos recibidos y cualquier otra información que pueda ser de relevancia para la comunidad.

 **Hacer llegar el mensaje de los FLAG es obviamente muy importante para el éxito del Eje 4: ¿cuáles son vuestras armas secretas a este respecto? ¿Qué hacéis para comunicar las oportunidades que se presentan, y captar la atención de vuestra comunidad?**

Gala: En el FLAG del Delta del Ebro, siempre que publicamos una convocatoria de proyectos organizamos una reunión «madrugada», a la que invitamos a los representantes del sector y les explicamos el tipo de actuaciones establecidas en nuestra estrategia, y el tipo de proyectos que nos gustaría que se presentaran.

Frédérique: Lo hacemos de una manera muy sencilla: para generar el máximo interés preferimos contactar persona a persona, evitando, así, sobrecargar a las partes interesadas con demasiadas reuniones formales; también publicamos un boletín trimestral. Pero nos faltan recursos. Podríamos haber realizado muchas más visitas sobre el terreno, asistido a más reuniones y eventos locales, mostrado resultados y publicado muchos más contenidos en línea...

Manuela: A un nivel personal se tiene que establecer una confianza mutua, y los pescadores deben estar seguros de que pueden confiar en nosotros. Y lo mismo vale para la comunicación: es importante utilizar canales de comunicación de confianza. Transmitir el mensaje a través de la compañía de seguros de los pescadores locales, la organización de productores o el ayuntamiento ayuda mucho a captar la atención de los beneficiarios potenciales. Además, también hacemos participar a los propios pescadores, sobre todo en los proyectos presentados por el FLAG en sí: los pescadores deben ser los verdaderos protagonistas, o si no nos arriesgamos a perder su confianza. También tratamos de no sobrecargarlos con un exceso de información y reuniones. Y, lo que es muy importante para un FLAG, ¡salimos mucho! Estamos presentes, y bien visibles, en el mayor número posible de eventos, celebraciones, inauguraciones, comidas, etc., a escala local... ¡es fácil salir y pasarlo bien con nuestra comunidad de pescadores!

 **¿Utilizáis los medios sociales? ¿Cómo, o por qué no?**

Gala: No, nosotros concentramos la mayor parte de nuestros esfuerzos en reuniones físicas, la prensa local... y la comunicación tipo «boca a boca». ¡No subestimemos el poder de una buena conversación a la vieja usanza echando una partida de dominó en el puerto! Pero si tuviéramos más tiempo y recursos humanos en el FLAG, sin duda habríamos utilizado herramientas de comunicación en línea. Realizo el trabajo yo sola, así que, por mucho que lo desee, no puedo hacerlo de otra manera.

Frédérique: Estoy exactamente en la misma situación que Gala. Nosotros ni siquiera tenemos un sitio web, algo que agradecería mucho para poder mostrar nuestro trabajo y las oportunidades del Eje 4 para la zona.

Manuela: En nuestro caso tenemos mucha suerte porque uno de nuestros colegas en la Agencia de Desarrollo Local que aloja la sede del FLAG se ocupa «transversalmente» de dar a conocer nuestras diferentes acciones a través de la comunicación en línea y de la gestión de la comunidad social. Por ejemplo, nos hemos mostrado activos en Facebook, y ello ha tenido una clara repercusión en la audiencia. Un boletín es útil, por supuesto, pero las redes sociales hacen llegar el mensaje a una audiencia mucho más amplia en la zona, alcanzando círculos en los que uno nunca habría pensado, o a los que nunca habría podido llegar con herramientas de comunicación más «pesadas». Así que, definitivamente sí, ¡utiliza las redes sociales!

 **Hablemos ahora del presente y del futuro más cercano.**

Frédérique, ¿puedes contarnos qué es lo que el sector de la pesca local está esperando del siguiente FEMP, cuál es su opinión al respecto?

Frédérique: Bueno, básicamente continuidad y progreso. El nuevo enfoque está ahora en marcha, y los pescadores quieren más medios para realizar proyectos más ambiciosos, y para forjar asociaciones con otras partes interesadas a través de los futuros FLAG. Sobre todo con socios de investigación, como IFREMER, y con el sector de la acuicultura (con los productores de mejillones, para ser más concretos). En el anterior período de programación no contábamos con suficientes recursos

11 Las cofradías son organizaciones de pescadores en España.

para ello, pero esperamos que esto cambie en el siguiente período. Los pescadores también quieren estructurar mejor el sector artesanal, lo que les permitiría desarrollar, por ejemplo, etiquetas de calidad.

Gala, Manuela, vosotras venís de zonas en las que existe mucha actividad turística. ¿El sector turístico se está haciendo cada vez más «respetuoso del medio marino»? ¿Y cómo está evolucionando la economía de la acuicultura local?

Gala: En nuestro caso, la economía del turismo crece día a día, y con la ayuda del FLAG pensamos que estamos aumentando el tamaño del «trozo de pastel» que los pescadores y acuicultores están obteniendo. Hemos ayudado a que los pescadores se involucren más, sean más emprendedores y desarrollen negocios como los relacionados con el pescurismo. Así que mi respuesta sería sí, creo que todo esto está conduciendo a una forma de turismo costero más integradora, en la que se encuentran mejor representados todos los intereses locales.

Manuela: Nos gustaría que hubiera una mayor cooperación en el siguiente período entre el sector de la acuicultura y el de la pesca. Por ejemplo, en la península de Setúbal observamos que los acuicultores carecen de organización. Existen, sí, muchos profesionales individuales, pero están desorganizados. Deberíamos apoyar una mayor coordinación en este sentido en el siguiente período.

¿Qué es lo que va a cambiar para vosotros con el nuevo enfoque de desarrollo local participativo, y cómo se están preparando vuestras zonas respectivas para ello?

Manuela: Muchas cosas podrían cambiar, y espero que para mejor. En Portugal, por ejemplo, podremos utilizar un enfoque multifondo entre el FEMP, el FSE y el FEDER. Pensamos que hemos hecho todo lo posible a nuestro nivel para lograrlo, presentando nuestra visión y posición durante la fase de diseño del acuerdo de asociación, y participando en las reuniones de la autoridad de gestión en Lisboa, a las que unas veces fuimos invitados... y otras más bien nos invitamos a nosotros mismos (*risas*). Ello nos ha hecho avanzar a nivel local y nos ha permitido tener ya listo el primer proyecto de nuestra estrategia de desarrollo local, que se presentará al territorio el 4 de diciembre. Pensamos que algunas de nuestras recomendaciones han sido escuchadas por la autoridad de gestión, y esperamos que se conviertan en medidas concretas a través del programa operativo.

Manuela, ¿cómo ayudará este enfoque multifondo a vuestro futuro FLAG?

Manuela: Bueno, nuestra zona, el Alentejo, es en su mayor parte rural, y de escasa densidad demográfica, pero tenemos al norte un vecino muy diferente: Lisboa, una región urbana enorme y densamente poblada. En nuestro caso, vemos que existen unos vínculos potenciales muy fuertes entre los programas destinados específicamente a zonas urbanas fuertemente desarrolladas y aquellos dirigidos a comunidades rurales y pesqueras. El desarrollo de nuevas cadenas alimentarias, como se ha demostrado en el proyecto que mencioné anteriormente, constituye una oportunidad obvia para desarrollar una coordinación más estrecha.

Gala: Nosotros también nos estamos preparando para el nuevo enfoque y nos encontramos en una situación similar, aunque no vamos tan avanzados con nuestro proyecto de estrategia de desarrollo local. Pero se están produciendo reuniones estratégicas con los pescadores, y lo que todos estamos esperando ahora son dos cosas básicamente: el programa operativo y el presupuesto. Quieren saber si habrá más recursos disponibles para el desarrollo local participativo, y esperan que así sea.

Frédérique: Nosotros nos encontramos en la misma fase que el FLAG de Gala. En nuestro caso, los pescadores insisten en que se amplíe el territorio e incluya más comunidades.

¿Qué cosas os gustaría hacer de diferente manera con el desarrollo local participativo?

Frédérique y Manuela (al mismo tiempo): ¡Que haya más cooperación!

¿Parece que compartís la misma opinión! ¿Podéis concretar más al respecto?

Frédérique: Nos gustaría contar con un marco mejor y más sencillo para desarrollar la cooperación, por ejemplo, con los LAG Leader. Pensamos que nuestras normas nacionales adolecían de falta de claridad a este respecto, lo que, en mi opinión, impidió que muchos grupos locales cooperaran entre sí, aunque las ideas estaban ahí, y los socios dispuestos a ello.

Manuela: Así es, nosotros en realidad constatamos que las iniciativas de cooperación que adoptamos, aunque hayan sido en su mayor parte visitas de estudio, permitieron a nuestros pescadores pensar de manera diferente, y ver también ejemplos operativos de los objetivos de otras estrategias de desarrollo local, que en ocasiones resultan abstractas o muy genéricas sobre el papel.

He disfrutado mucho con esta conversación, y espero que el «LAB FLAG» Sudoeste, y el futuro en general, estén a la altura de vuestras expectativas. ¿Deseáis añadir algo o hacer una última declaración?

Manuela: Yo diría, «mejor con un B.E.S.O.», es decir, cuanto más «BrevE y Sencillo» mejor. Bromas aparte, necesitamos más Eje 4 en el futuro, pero, por favor, ¡que sea sencillo!

Gala, Frédérique: Nos gustaría dirigir unas últimas palabras al sector y enviarles este mensaje: ¡Creed en vosotros mismos! Podéis hacer cosas muy importantes manteniendo al mismo tiempo vuestras tradiciones vivas y en perfecto estado. El Eje 4, o el desarrollo local participativo, es una herramienta fantástica para vuestras comunidades, y será tan bueno y eficaz como vosotros mismos hagáis que sea. ■

**Entrevista realizada
(en inglés, francés y portugués)
el 22 de septiembre de 2014.**

Reportaje

EL EJE 4 DEL FEP, OPTIMIZADO EN HIIUMAA [ESTONIA]

Una buena cosecha

Los pescadores de la isla de Hiiumaa, en el archipiélago estonio, han aprovechado al máximo las oportunidades ofrecidas por el Eje 4 del Fondo Europeo de Pesca (FEP), que ha permitido la cofinanciación, entre otras, de iniciativas destinadas a modernizar puertos – para añadir valor a la pesca local –, desarrollar el turismo y el pescaturismo, diversificar las actividades y organizar festivales y eventos gastronómicos para sensibilizar sobre la importancia de la pesca.



▲ Indrek Kaaramees y su banda de pescadores.

Pescador, emprendedor, mecánico, músico y miembro fundador del grupo de acción local de pesca (FLAG) de Hiiukala, en la isla de Hiiumaa, Indrek Kaaramees es el clásico «todoterreno». Y también un hombre muy feliz: «¡La pesca ha vuelto! Entre enero y junio de 2014 hemos descargado aquí, en Orjaku, 35 toneladas de espadines, agujas, lucios y, lo que es más importante, percas de mar, nuestro producto estrella. En los últimos años las poblaciones eran muy escasas y no podíamos pescar mucho, la verdad. Ahora todos se han quedado más tranquilos: los pescadores, y también el ayuntamiento, a quien al principio costó mucho convencer para que aceptara cofinanciar las obras de renovación del puerto, sin duda una excelente inversión».

Durante la era soviética, cuando la isla era en su mayor parte inaccesible, excepto para el ejército y la población local, existía un

puerto pesquero en Orjaku. Cuando Estonia se independizó en 1990, el puerto se vendió a un particular que no quería ver a más pescadores por allí. Luego se construyó un nuevo puerto pesquero en un espacio vacío propiedad del ayuntamiento. Ahora, y gracias a la cooperación en el seno del FLAG, los pescadores locales han logrado convencer a las autoridades municipales de que renovaran completamente las instalaciones del puerto y añadieran, además, un puerto deportivo. «Ha sido la combinación de turismo y pesca lo que ha acabado convenciendo a los funcionarios municipales», subraya Indrek.

Dotado con una cofinanciación del Eje 4 (355 536 €), el proyecto se ejecutó en tres fases entre 2010 y 2013. Se desarrollaron los muelles y los embarcaderos que separan el puerto de pesca del deportivo, se

instalaron servicios esenciales (agua, electricidad, etc.), y luego se construyeron las infraestructuras, incluido un edificio para pescadores profesionales, con una zona para talleres, cámaras frigoríficas y otras instalaciones para el almacenamiento de las capturas, así como una sala de oficinas y reuniones. A su lado se encuentra un centro muy atractivo renovado por el ayuntamiento, que alberga un restaurante, una sala de banquetes, una tienda donde se venden productos locales y un quiosco de información turística. Parte del proyecto se financió con otros fondos de la UE, incluido Leader. «Nuestra competitividad y condiciones de trabajo han mejorado notablemente gracias al proyecto, hasta el punto de que dos jóvenes se han sumado a la profesión, algo que no ocurre con mucha frecuencia aquí».



▲ El puerto pesquero de Orjaku ha sido completamente renovado.

Hoy día alrededor de unos quince pescadores se benefician de las nuevas instalaciones del puerto. Una empresa transformadora de Pärnu les adquiere a buen precio casi todas sus capturas de perca, que en su mayor parte se exportan luego en forma de filetes a Suiza. «Las nuevas instalaciones nos permiten preservar todas las capturas que no sean percas hasta la temporada turística (entre junio y agosto), así como vender directamente, actividad que funciona bien en la primavera. Los clientes locales y los turistas conocen bien las horas de descarga, y a veces se consigue vender todo el producto pescado en una media hora. Si esto continúa así, pronto podremos crear nuestra propia empresa de transformación. Esta es nuestra siguiente aspiración. Soy optimista, porque con la recuperación de las poblaciones y las instalaciones ahora disponibles, los tiempos difíciles parecen cosa del pasado».

Otro signo de un futuro más prometedor es el Festival anual de la Aguja, que se celebra desde 2010 en Orjaku, en la última semana de mayo. Cofinanciado por el Eje 4 (9 030 € para la edición de 2014), atrae a alrededor de un millar de visitantes y a 250 pescadores aficionados, que participan en el concurso de pesca con caña.

Coordinar las temporadas de pesca y turismo

Hiiumaa, ubicada a 22 km de tierra firme, es, con sus 1 000 km², la segunda isla más grande del archipiélago estonio. En ella habitan unos 160 pescadores profesionales. Las aguas salobres del Báltico y las numerosas bahías y ensenadas que forma el archipiélago hacen de esta zona un entorno de una gran diversidad marina. «Pero la pesca es, como el turismo, una actividad de temporada, que tiene lugar sobre todo en primavera y otoño», explica Tuuli Tammla, coordinadora del FLAG. «Además, la población local no nada precisamente en la abundancia, y solo puede permitirse salir a pescar una vez por semana. De ahí la importancia del equipamiento – congeladores, neveras, unidades de secado, etc. – adquirido por los puertos con la ayuda del Eje 4, que permite almacenar el pescado y beneficiarse, con ello, de la afluencia de turistas en verano. Este proceso de mejora de la coordinación entre las temporadas de pesca y de turismo constituye un componente clave de nuestra estrategia».

El FLAG fue fundado en 2008 por 20 pescadores, los cuatro municipios de la isla y un conjunto de empresas y asociaciones (marítimas, del puerto, el sector acuícola y el pueblo). Hoy cuenta con 89 miembros, «el 80 % de los cuales está directa o indirectamente relacionado con la pesca», añade Tuuli.



▲ Pescadores locales desembarcando en el nuevo puerto de Orjaku.

Una serie de reuniones celebradas al inicio del programa condujeron a la formulación de una estrategia que gira en torno a cinco prioridades: modernización del puerto, aumento del valor de la pesca local (transformación y venta directa), turismo relacionado con la pesca (incluido el pescaturismo, que está autorizado en Estonia), diversificación del sector de la pesca, y formación y sensibilización. Con respecto a este último aspecto se ha organizado una serie de iniciativas, como cursos de formación sobre construcción ecológica para pescadores, preparación de platos de pescado y marisco (160 horas de formación y demostraciones para propietarios de restaurantes y pescadores), y sesiones informativas sobre la pesca en las escuelas y colegios de la isla.





▲ Varias casas antiguas de pescadores se han convertido en albergues.

El secreto del éxito: el trabajo voluntario

El FLAG de Hiiukala y sus proyectos acompañantes tienen la suerte de poder contar con la ayuda de muchos trabajadores voluntarios.

Kaja Hiis, antigua profesora de arte, ayuda de manera voluntaria en todas las actividades iniciadas u organizadas por el FLAG de Hiiukala, a pesar de no ser miembro del mismo. «*Lo hago porque me gusta y porque mi familia ha vivido en la isla durante generaciones. Ya de niña solía ir a pescar con mi tío: la pesca es parte de mi vida, de lo que yo misma soy. Pero en el enfoque del Eje 4 vi, ante todo, una verdadera oportunidad de desempeñar un papel en el desarrollo de mi comunidad.*»

Kaja, que recibió una formación sobre cómo aumentar el valor añadido de la pesca artesanal, ayuda al grupo de acción local y actúa también a modo de asesora. «*Es, de alguna manera, nuestro ojo asomado al mundo exterior*», explica Tuuli Tammla, coordinadora del FLAG.

Un momento que Kaja recuerda con particular orgullo fue cuando, en enero de 2014, representó al FLAG en la «Grüne Woche» (Semana Verde), la mayor feria agroalimentaria de Berlín. «*Fui allí con un pescador y ambos nos dimos cuenta de que lo que estábamos haciendo aquí en Hiiumma podía tener un impacto internacional.*»

Kaja tiene unas opiniones muy firmes sobre los retos a los que se enfrentan las comunidades pesqueras de la isla: «*Pescadores, propietarios de restaurantes, hoteleros, operadores turísticos y consumidores, todos ellos deben colaborar más estrechamente, buscando una mayor sinergia. Los jóvenes también tienen que ser más conscientes de la impor-*



tancia de la pesca local. La pesca necesita una imagen más moderna y «sexy». En este sentido me impresionó mucho el proyecto «Fisch Vom Kutter»¹², que fue presentado hace no mucho al Ministerio de Agricultura en Tallin: integrar las nuevas tecnologías en la pesca contribuye a modernizarla y a hacerla, así, más atractiva para los jóvenes.

Tuuli Tammla afirma que el FLAG de Hiiumaa puede contar con varias docenas de trabajadores voluntarios: «*Suelen ser las mujeres de nuestros pescadores u otros miembros de la familia, pero también hay muchos ciudadanos ordinarios como Kaja, que simplemente desean ayudar a la comunidad y al sector pesquero. No sé qué pensarán los otros FLAG del trabajo voluntario, pero para mí es insustituible, y no solo a la hora de organizar festivales y otros eventos. Representa la esencia misma de la vida de la zona. Los voluntarios son tanto un apoyo para la comunidad como un reflejo de la misma.*»

¹² <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/fish-cutter-flag-aktivregion-ostseek%C3%BCste-de>

Adaptarse

Siete de los doce puertos existentes en la isla presentaron una propuesta de proyecto que fue finalmente aprobada. Como en el caso de Orjaku, la principal prioridad era equipar a los puertos con instalaciones de conservación y almacenamiento, que abren la posibilidad de vender pescado directamente y suministrarlo a los restaurantes durante la temporada turística. No obstante, la ambición de incrementar las actividades de transformación de pescado tuvo que revisarse a la baja. Lo explica Tuuli: «Durante el régimen soviético, la isla contaba con una importante planta procesadora, que cerró en 2005, con la consiguiente pérdida de centenares de puestos de trabajo. Ahora solo quedan cuatro transformadores a pequeña escala. Dado el escaso nivel de las poblaciones de peces en el momento en el que se publicaron las convocatorias de proyectos, solo recibimos propuestas modestas en este sentido, y, en consecuencia, los fondos inicialmente asignados a actividades de transformación los tuvimos que transferir a los ámbitos de la diversificación y el turismo».

Entre los proyectos turísticos seleccionados, que deben vincularse con el sector pesquero, recibieron financiación tres restaurantes, varias casas de huéspedes, actividades de pescaturismo en los puertos de Orjaku, Sõru y Kõrgessaare, y empresas de alquiler de barcos de pesca artesanal. También se apoyaron dos festivales de pescado –el Festival de la Aguja en Orjaku (mayo) y el Festival de la Platija en el pueblo de Kõrgessaare, en la costa norte (agosto). Todos estos proyectos sirven para estimular la venta directa y para sensibilizar a los residentes y a los turistas sobre la importancia del pescado y de la vida y el trabajo de los pescadores.

En Sõru, justo enfrente del muelle del que parten los ferris hacia Saaremaa (la mayor de las islas estonias), Marko Pruul, pescador al igual que varias generaciones de su familia antes que él, ha hecho un magnífico trabajo renovando un antiguo almacén para convertirlo en una casa de huéspedes. «Existía una acuciante escasez de alojamiento aquí, y también se demandaba una sauna. Empecé a trabajar yo mismo con mi propio dinero, ya que los bancos habían dejado de prestar a causa de la crisis. Luego oí hablar de las actividades del FLAG y solicité ayuda del Eje 4. Y la respuesta me dio un gran empujón: obtuve casi 24 000 €, que era un 75 % de la inversión necesaria». Marko



▲ Conectar la pesca y el turismo: el restaurante «Lest & Lammas» (Platija y Cordero).

consigue alquilar la casa (120 € la noche) y/o las habitaciones (entre 50 € y 80 € la noche) desde el inicio de la primavera. También alquila periódicamente embarcaciones y organiza excursiones en barco para que los turistas puedan contemplar a los pescadores profesionales faenando. Tras dos temporadas en activo, se muestra complacido en general con los resultados: «Ya en abril-mayo tenemos a gente que viene a practicar la pesca de recreo, y a partir de junio familias enteras de vacaciones. Durante los últimos 5 o 6 años ha habido también un festival de jazz¹³ aquí. Aunque se ha extendido a otras partes de la isla, la mayoría de los conciertos tienen lugar dentro y en las inmediaciones de un edificio enorme que hay enfrente (también un antiguo «garaje» o cobertizo para barcos). Ello atrae a centenares de visitantes y marca otro punto álgido de la temporada para los productos de la pesca local, ya que vendemos un montón de pescado y marisco en las casetas del festival». Como en otros sitios, el Eje 4 ha cofinanciado varias instalaciones del puerto en Sõru, pero sin duda el proyecto más innovador –fruto del trabajo de la propia comunidad local, y sin haber recibido ninguna subvención– es la creación de una sauna flotante en forma de balsa con una cabina de sauna. ¡Las delicias de un balneario en mar abierto!

Otro proyecto turístico muy exitoso es el restaurante y pequeño complejo hotelero «Lest & Lammas» (Platija y Cordero), una idea de Sander Kopli, pescador y empre-

sario. Situado en la carretera a Kassari, al sudeste de Hiiumaa, justo tras la impresionante estatua de Leiger (el «Hércules» local), su moderna arquitectura atrae inmediatamente la atención. Tan solo dos años después de su apertura, está considerado ya como uno de los mejores restaurantes de la isla, y atrae por igual a clientes profesionales y a turistas. «Todos los productos que servimos son de procedencia local», confirma Sander. «Empezando por el pescado, que, en temporada, va directamente de la red al plato». El Eje 4 financió el 60 % de la inversión total (71 000 €), contribuyendo a la adquisición de varios equipos (un secador, refrigeradores, etc.), una barbacoa al aire libre y mobiliario de jardín, herramientas promocionales y, por último, y también digno de mención, una pequeña cervecería artesanal. El restaurante sirve 3 000 comidas al año y da empleo a unas 10 personas. «La relación entre la pesca y el turismo se hará cada vez más estrecha en el futuro, ya que nuestros visitantes esperan unos servicios cada vez más sofisticados, unido a la autenticidad de la experiencia», añade Sander. «Y nuestro éxito es buena prueba de ello. Hiiumaa necesita otros establecimientos del mismo nivel».



13 <http://www.culture.ee/event/soru-jazz-2014/>

Aparejos de pesca

Los proyectos de diversificación apoyados por el FLAG son muy variados, e incluyen, entre otros, los siguientes: añadir valor a los recursos forestales (fabricación de muebles y producción de madera), talleres de ingeniería (en particular, sobre la fabricación de remolques para embarcaciones), restauración de barcos, construcción de nuevos barcos de fibra de vidrio, y producción comercial de zumo de manzana.

Uno de los proyectos de diversificación más emblemáticos es el de la empresa StoneFish, creada en 2011 por Imre Kivi, otro pescador. Imre no quería seguir trabajando para la compañía de grandes arrastreros en la que había trabajado desde el año 2000 como gestor de aparejos de pesca, de modo que, en 2011, decidió crear su propio negocio de fabricación de redes. El Eje 4 le concedió una ayuda de 87 000 euros para renovar y equipar sus instalaciones, y adquirir un vehículo adaptado para el transporte de sus productos, como redes de enmalle, artes de trampa, redes de jábega y nasas para pescadores y acuicultores de Estonia y Finlandia. «Nuestra ventaja competitiva es la calidad», afirma Imre. «La pesca suele ser una actividad técnicamente difícil en Estonia, por lo que los clientes buscan el mejor equipamiento». StoneFish tiene hoy día una facturación de 200 000 € anuales y da empleo a cinco personas, de las que cuatro son mujeres: «Son más diestras y rápidas con las redes», explica el joven emprendedor. ¿Y cuáles son los retos para el futuro? «Encontrar nuevos mercados, especialmente en Finlandia. Ahora estoy dando clases de finés, pero el mayor desafío es siempre encontrar financiación. Los bancos se muestran reticentes a la hora de tratar con pequeñas empresas como la nuestra. Una de las grandes ventajas del Eje 4 en Estonia es que nos hizo un pago en cuanto el trabajo hubo finalizado, de modo que solo nos tuvimos que cofinanciar nosotros mismos una tercera parte del total, y no tuvimos por tanto que recurrir mucho a nuestros propios fondos».

El FLAG de Hiiukala financió un total de 126 proyectos entre 2010 y 2014. «Más allá de los proyectos individuales, puede decirse que el conjunto de la zona ha encontrado motivos para tener esperanza. Nuestros esfuerzos para implicar a los pescadores han dado sus frutos y ahora se muestran activos y cooperantes», declara Tuuli Tammla. «Me reconforta ver cómo todas estas personas trabajan o se divierten en los festivales de la aguja y la platija. Veo ahí una dinámica genuinamente local, que se muestra al mismo tiempo abierta al mundo». ■



▲ StoneFish fabrica aparejos de pesca de gran calidad.

HIIUKALA (Estonia)

Superficie:
1 023 km²

Población:
9 830 habitantes

Densidad:
9,6 habitantes/km²

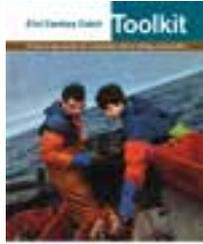
Presupuesto del Eje 4	EUR			
	EU	Nacional	Privado	Total
Total	2 250 000	750 000	-	3 000 000

CONTACTO
MTÜ Hiiukala
 A/A Tuuli Tammla
 Vabrikuväljak 1,
 EST-92411 Kärđla, Hiiumaa
 Tel. +37 256 941 855
info@hiiukala.org – www.hiiukala.org

Aires de negocios

GIFS: caja de herramientas y mapa de la pesca costera en Europa

GIFS (Geografía de la pesca de bajura y sostenibilidad, por sus siglas en inglés), es un proyecto del programa INTERREG «2 Seas» (Dos mares) puesto en marcha en 2012. El objetivo del proyecto, que contó con un presupuesto de 4,6 millones de euros y con la participación de seis socios de cuatro Estados miembros (Reino Unido, Francia, Bélgica y Países Bajos), era comprender la importancia socioeconómica y cultural que la pesca de bajura reviste para las economías costeras de la zona marítima del canal de la Mancha (<http://www.gifsproject.eu/wiki/>), así como proporcionar datos e informaciones que contribuyan a mejorar la política pesquera, las estrategias de regeneración de las costas y el desarrollo sostenible de la comunidad. El proyecto buscó la participación activa de los actores locales, incluidos los municipios, los pescadores y otras organizaciones locales, a los que asoció con instituciones académicas como la Universidad de Greenwich en el Reino Unido y la Universidad de Brest en Francia. El objetivo era conocer de primera mano, escuchando directamente la «voz» de las propias comunidades, cuáles son las perspectivas de la población local para la pesca costera. Uno de los principales resultados del proyecto, que concluyó en septiembre de 2014, ha sido «21st Century Catch», una especie de «caja de herramientas» o documento para entender mejor la importancia de la pesca de bajura (<http://www.gifsproject.eu/en/toolkit>). Dicho documento contiene técnicas y recomendaciones con las que las diferentes partes interesadas, incluidas las comunidades pesqueras locales, pueden evaluar, integrar y dar a conocer adecuadamente el enorme valor de la pesca costera.



Planteamos tres preguntas a Tim Acott, director del proyecto GIFS en la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad de Greenwich



FARNET Magazine: Varios FLAG han participado en este proyecto en su calidad de actores locales. ¿Cómo se pusieron en contacto con el proyecto y qué aportaron al estudio?

Intentamos contactar siempre que fue posible con las asociaciones y los representantes de los FLAG situados en la zona cubierta por el estudio. Varios FLAG como el belga y los británicos de Norfolk del norte, Hastings, Devon del norte y Cornualles se han convertido en una especie de «bases sobre el terreno» para los estudios de caso locales y en nodos de operaciones, a través de los cuales hemos podido contactar y colaborar con las comunidades, representantes y organizaciones pesqueras locales.

FM: ¿Qué aportó el proyecto GIFS a los FLAG durante el período de estudio?

El objetivo principal de GIFS era comprender mejor los enormes valores socioculturales de la pesca costera, algo en lo que los FLAG están muy interesados. Mucha gente comprende de manera intuitiva la importancia de la pesca costera: GIFS proporciona varios métodos para traducir esa intuición en una sólida base de evidencias que se pueden utilizar para demostrar el enorme valor que la pesca de bajura tiene para las comunidades costeras.

FM: ¿Desea dar algún consejo a los FLAG para los próximos años?

Les animaríamos a que estudiaran la «caja de herramientas» y adaptaran los métodos a su propia situación y circunstancias. Con ello podrán disponer de las herramientas necesarias para demostrar la importancia tanto económica como sociocultural que tienen sus actividades de pesca costera a escala local.

t.g.acott@greenwich.ac.uk – www.gifsproject.eu

«Comm Maritime Hub»: conectar la economía azul con una red Wi-Fi marina

Tras concluir una misión para el municipio de Vilanova i la Geltrú en Cataluña, España, a Ramón Codina le hicieron la siguiente pregunta: «¿Qué harías para mejorar la situación de las personas que trabajan en el mar?». Ramón no tardó mucho en responder: «Todo el mundo, incluido este sector, comparte la necesidad de recibir, intercambiar e interpretar datos, y para eso se necesita conectividad». Y así es como nació la iniciativa Comm Maritime Hub. En 2013, y tras tres años de desarrollo –en los que se forjaron asociaciones con actores marítimos, cofradías de pescadores y puertos deportivos, pero también con empresas del sector de las IT o las infraestructuras marinas–, Ramón y su socio, el ingeniero industrial Luis Felipe Mazo, contaban ya con una red potencial de usuarios distribuida a lo largo de 375 km del litoral de Tarragona, y con un acuerdo alcanzado con una compañía española de telecomunicaciones (Telefónica) y una empresa energética (Repsol). El proyecto implica la instalación de un transmisor inalámbrico en una plataforma marina de Repsol, que emite en una frecuencia específica asignada por Telefónica. El transmisor está ya operativo, y permite que cualquier barco que se encuentre en un radio de 43 millas náuticas pueda conectarse a una red inalámbrica gratuita, y comunicarse a través de Internet en el mar con la misma facilidad que si estuviera en la misma capitania del puerto.



Planteamos tres preguntas a Ramón Codina, director del proyecto Comm Maritime Hub



FARNET Magazine: ¿Cuál ha sido el papel de los pescadores en el proceso, y tu experiencia trabajando con ellos?

Los pescadores desempeñaron un papel muy activo en este proyecto probando el sistema en su fase inicial. En realidad participaron desde el primer día, dándonos sus opiniones y comentarios, y ayudándonos a establecer los objetivos. A nivel local esto ha supuesto un verdadero hito, en el sentido de que se ha contado mucho más con ellos para el diseño de una economía azul conectada e integradora.

FM: ¿El proyecto depende en gran medida de la participación de empresas privadas, cómo conseguisteis involucrarlas?

Lograr la participación de empresas como Repsol, Telefónica Móviles y Ericsson fue un paso sin duda decisivo. Su contribución ha sido, o bien financiera, como Repsol, que sufragó los gastos de instalación del transmisor (una inversión de unos 200.000 euros), o bien consistió en proporcionar acceso a canales de comunicación, como fue el caso de las empresas de IT. No obstante, y en última instancia, dichas empresas tienen mucho que ganar con este tipo de proyectos: se reservan, por decirlo así, un asiento de primera fila en el desarrollo de una infraestructura y un servicio que puede interesar potencialmente a miles de usuarios.

FM: El proyecto se encuentra ahora funcionando en un período de pruebas de tres meses; una vez este finalizado, ¿cómo evolucionará el proyecto? ¿Habéis recibido apoyo de la UE?

Bueno, las dos respuestas están en cierto modo conectadas. En primer lugar, esperamos que los usuarios muestren un fuerte interés tras el período de pruebas. Ya está ocurriendo con los pescadores, muchos de los cuales ya están utilizando el servicio como una alternativa al VHF. Esperamos que este tipo de resultados contribuya a demostrar la necesidad de ampliar el proyecto y se desarrollen, por ejemplo, prototipos de transmisores que no dependan solo de las estructuras o plataformas marinas ya existentes. Y ahí es donde podría entrar en juego la financiación de la UE.

ramoncod@gmail.com – www.mobilemaritimehub.com

Enfoque

INSTRUMENTOS A DISPOSICIÓN DE LOS FLAG PARA IMPLICAR A LAS COMUNIDADES LOCALES EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE LAS ESTRATEGIAS

Mejorar la comunicación y la participación

El éxito del proceso de desarrollo de una estrategia está indisolublemente unido a una adecuada participación de la comunidad local, lo que implica establecer un diálogo entre las partes interesadas y conseguir una eficaz participación de los representantes de la comunidad local.

Todos los FLAG que deseen recibir apoyo del FEMP tendrán que desarrollar y presentar una nueva estrategia de desarrollo local para sus zonas.

El éxito del proceso de desarrollo de la estrategia dependerá de una eficaz implicación de la comunidad local. El primer paso necesario para ello es que los FLAG identifiquen claramente a los principales actores que deberían involucrarse. Una vez estos miembros potenciales del FLAG hayan sido identificados, se deberá plantear una estrategia inicial, estableciendo un proceso de comunicación en los dos sentidos que conduzca, en último término, a la participación activa de los actores en cuestión. Cada uno de estos pasos puede ser apoyado por una serie de técnicas y herramientas, algunas de las cuales presentamos a continuación.

La importancia que tiene la labor de animación de la comunidad y su participación en el enfoque de desarrollo local participativo se refleja en el hecho de que los LAG y los FLAG podrán utilizar hasta un 25 % de sus presupuestos para llevar a cabo estas tareas (cantidad que deberá incluir también los gastos de funcionamiento). Los FLAG tendrán también acceso a la ayuda preparatoria (véase el artículo de la p. 4), que podría utilizarse para fomentar la participación de las partes interesadas durante el proceso de desarrollo de la estrategia.

Identificar a las principales partes interesadas y ponerse en contacto con ellas

Antes de que den comienzo los preparativos para la nueva estrategia, los FLAG tendrán que plantearse (o replantearse) a qué actores habrá que implicar. Así, es posible que haya que ponerse en contacto por primera vez con nuevos grupos de actores, o bien restablecer los vínculos con aquellos con los que ya se hubiera contactado en el anterior período de financiación, pero que no mostraron interés o bien se retiraron en el entretanto.

Muchos FLAG tuvieron dificultades a la hora de establecer relaciones con el **sector pesquero**, bien porque los pescadores estuvieran demasiado ocupados para asistir a reuniones y debates, se mostraran escépticos frente a las nuevas ideas, o porque no acabaran de ver los beneficios de su participación. Puede que en este período la tarea sea, no obstante, más fácil en algunos casos, gracias a los numerosos ejemplos de proyectos que existen ahora, en los que los pescadores se han beneficiado de la ayuda del FLAG y de la financiación del Eje 4. Pero puede que siga siendo difícil en otros ámbitos, sobre todo cuando las asociaciones tengan previsto integrar la financiación del FEMP con otros fondos de la UE, o cuando



▲ «Jornadas del pescado» organizadas por el FLAG del Archipiélago de Estocolmo, Suecia.

la dimensión pesquera de la zona pueda ser menos visible. Los FLAG deberán esforzarse especialmente por llegar a las comunidades pesqueras, así como a las organizaciones de pescadores, de productores e intersectoriales, asegurándose de que la voz de todos ellos sea escuchada durante la fase de desarrollo de la estrategia.

En cualquier caso, el primer paso deberá ser identificar a las diferentes partes interesadas en el territorio, y evaluar el valor añadido que pueden aportar y el papel que pueden desempeñar en el FLAG. El siguiente cuadro describe los principios fundamentales de las técnicas empleadas para identificar a las partes interesadas.



▲ Divulgar el mensaje: Frédérique Deschamps, gerente del FLAG de Los tres estuarios, habla a un equipo de televisión francesa.

Identificar a las partes interesadas

Existen varias técnicas para **identificar a las partes interesadas** pero, en general, el objetivo es no solo obtener un listado completo de los actores más relevantes, sino también clasificarlos en función de ciertas características, como su motivación para participar y la influencia que puedan ejercer en la asociación o la contribución que puedan realizar a la misma.

Ejemplo: Tabla para identificar a las partes interesadas

Partes interesadas por sector (nombres de las principales partes interesadas, agrupadas por sectores)	Características (puntos fuertes y débiles, cobertura territorial)	Motivación, expectativas (¿por qué participar?)	Contribución potencial al trabajo del FLAG (habilidades)
Sector privado (pescadores, turismo, promotores, otros...)			
Sector público			
ONG (sociales, medioambientales...) y sociedad civil			

Tabla 1: Ejemplo: Plan de acción para implicar a las partes interesadas

Parte interesada clave	¿Por qué debería participar?	Obstáculos a su participación	Medidas para conseguir su participación	¿Quién y cuándo las llevará a cabo?
...				

Tabla 2: Contribución de las diferentes herramientas y métodos para el desarrollo de una estrategia participativa

	Identificación y análisis	Puesta en contacto	Participación	Comunicación en los dos sentidos
Análisis de las partes interesadas	● ● ●			
Reuniones públicas	●	● ● ●	● ●	● ●
Audiencias públicas	●	●	● ● ●	● ● ●
Encuestas y cuestionarios	●	● ●	● ●	
Reuniones bilaterales	● ●	● ● ●	●	●
Sesiones de grupo	● ● ●	● ●	● ●	●
Grupos de trabajo, grupos operativos	●	● ●	● ● ●	●
Árbol de problemas y objetivos			● ● ●	
Estudio de evaluación de un municipio	●	● ● ●	● ●	● ●
Formación	● ●	● ●	● ● ●	●
Exposiciones, ferias...	●	● ●	● ●	
Medios convencionales	●	● ●	● ●	● ●
Medios sociales	● ●	● ● ●	● ●	● ● ●

● bastante relevante ● ● relevante ● ● ● muy relevante

En segundo lugar, se deberá desarrollar un plan de acción para contactar y establecer relaciones con las principales partes interesadas. Es importante ser conscientes aquí de que la motivación de los actores para participar puede variar, y que algunos de ellos pueden enfrentarse también a obstáculos que les impidan una participación efectiva. El proceso de iniciar la relación con las partes interesadas podría dividirse entre diferentes miembros actuales del FLAG, para asegurarse de que los miembros potenciales sean contactados por aquellas personas que se encuentren en mejor disposición para comprender sus diferentes motivaciones y limitaciones (vea el *tabla 1*).

Es importante mencionar aquí que no todos los actores clave tienen por qué implicarse de la misma manera. Por ejemplo, no todos tienen por qué participar en la elaboración propiamente dicha de la estrategia, o convertirse en miembros del consejo; el trabajo voluntario y las contribuciones en especie pueden ser también una forma válida de colaboración con el FLAG: por ejemplo, puede que haya personas interesadas en participar, a título individual, en debates y grupos de trabajo, mientras que las empresas pueden proporcionar soporte logístico y organizativo (como imprentas o vehículos), el sector público puede ofrecer espacio para reunirse, y así sucesivamente.

Garantizar la participación y la comunicación en los dos sentidos

Una vez identificadas las diferentes motivaciones que tienen los actores para participar realmente en el proceso de desarrollo de la estrategia, el siguiente paso será estimular su participación activa en el proyecto de estrategia. Pasar de mostrar una voluntad genérica de participar a hacerlo de una manera efectiva y concreta requiere ciertamente de tiempo y esfuerzo.

Existe un malentendido muy extendido en torno a la relación entre participación y comunicación, ya que la última suele verse a veces como un proceso más bien vertical, de arriba abajo, por el que se transmite información a los diferentes «receptores». En realidad, la comunicación puede ser mucho más que eso, y de hecho deberá aspirar a fomentar un intercambio o diálogo. Esta comunicación «en los dos sentidos» puede crear un sentimiento de adhesión y mejorar la contribu-

ción de los actores locales a la aplicación de la estrategia en una fase posterior. La mayoría de las técnicas y herramientas que se pueden utilizar para fomentar una eficaz participación de las partes interesadas se pueden usar igualmente para facilitar esta comunicación en los dos sentidos.

Técnicas e instrumentos para implicar a la comunidad local

Se pueden utilizar varias herramientas y técnicas para conseguir la participación de la comunidad local en diferentes fases a lo largo del proceso de desarrollo de la estrategia. Algunas están más indicadas para establecer un primer contacto con la comunidad, mientras que otras pueden usarse para hacer avanzar las cosas y profundizar en asuntos o aspectos concretos de la estrategia. Antes de analizar en detalle estas diferentes herramientas, en la *tabla 2* presentamos la contribución que las mismas pueden hacer a las diferentes fases del desarrollo de la estrategia participativa.

Reuniones públicas

Se trata de una de las formas clásicas de establecer contacto con la comunidad. Las reuniones públicas pueden ser muy eficaces si se siguen algunas normas básicas:

- > Conseguir una adecuada publicidad, a través de diferentes medios, el boca a boca, etc.
- > Las reuniones se deben organizar donde y cuando mejor convenga a los miembros de la comunidad.

- > Se deberá dejar bien claro el objetivo de la reunión, y al término de la misma se habrán de comunicar claramente los siguientes pasos a dar.
- > Se deberán reducir al mínimo las presentaciones formales y dedicar el mayor tiempo posible al diálogo, las preguntas y los debates (prevéase con antelación el uso de técnicas específicas de trabajo en grupo a fin de fomentar el debate; véase el cuadro sobre el método «World Café», por ejemplo).
- > La elección del presidente o moderador de la reunión es un factor muy importante: deberá ser una figura muy respetada a nivel local y capaz de conducir el debate de una manera objetiva y profesional.

En una etapa posterior del proceso de toma de decisiones, las reuniones públicas pueden evolucionar hacia «audiencias públicas», que son un modo de estimular el diálogo y la deliberación, proporcionar información y contribuir a la transparencia del proceso de toma de decisiones, por ejemplo, en relación con propuestas específicas para la estrategia local. Deberá invitarse a todas las partes interesadas, garantizándoles que puedan expresar sus diferentes puntos de vista. Los organizadores deben proporcionar por anticipado información acerca de las cuestiones concretas que serán debatidas, y estructurar bien el debate. Será asimismo importante explicar a los actores cómo serán tenidas en cuenta las opiniones expresadas durante la audiencia a la hora de tomar las decisiones definitivas. En caso contrario, se corre el riesgo de perder la confianza y, por ende, el compromiso de participación de los asistentes.



World Café

«World Café» es una metodología específica que puede utilizarse para estimular el diálogo y el intercambio de conocimientos e ideas en grupos de gran tamaño. Los participantes se dividen en subgrupos más pequeños distribuidos por mesas para debatir cuestiones concretas relacionadas con el tema principal de la reunión. Todos los participantes, a excepción del presidente de la mesa, cambian de mesa a intervalos regulares. Al ocupar la nueva mesa, el presidente resume la conversación mantenida anteriormente a los nuevos participantes para que se produzca un fértil intercambio de ideas. Este método, que precisa de un espacio adecuado y de unos moderadores bien capacitados, se ha utilizado con éxito en varios seminarios transnacionales de FARNET.



▲ Visita de campo durante el «LAB FLAG» Sudoeste, un taller apoyado por FARNET que se celebró en Barcelona los días 22 y 23 de septiembre de 2014.

Encuestas y cuestionarios

Estas herramientas pueden contribuir al análisis de las necesidades y el potencial de la zona, ya que pueden utilizarse para identificar los activos más valiosos, así como las expectativas y las aspiraciones de los habitantes locales. Pueden también ayudar a llegar a aquellas personas que no suelen asistir a las reuniones o son demasiado tímidas para expresarse en público. Las encuestas y cuestionarios se pueden considerar igualmente como herramientas de comunicación, ya que también ayudan a compartir información sobre los objetivos de la encuesta y el FLAG. La elaboración de un buen cuestionario y la selección de una muestra adecuada (si procede) exige una preparación para la cual el FLAG podría necesitar ayuda externa. Se han desarrollado algunos métodos de encuesta específicos para comunidades pequeñas o rurales (véase el cuadro sobre «estudio de evaluación de un pueblo»).

Estudio de evaluación de un pueblo

Consiste en encuestas realizadas por y para una comunidad, normalmente en zonas rurales. Debido a la escala tan localizada de la encuesta (un pueblo), pueden ser una herramienta muy eficaz para lograr la implicación de los residentes locales. Los resultados de la encuesta deben establecer la base de un plan de acción para esa localidad concreta, aunque los datos pueden usarse también para ayudar a elaborar una estrategia de desarrollo local más amplia. Estos estudios (también llamados «auditorías locales») pueden ser, además, una excelente herramienta para implicar a las zonas más remotas de un territorio, que suelen sentirse relegadas del proceso de desarrollo territorial, y son también especialmente adecuados para zonas escasamente habitadas, con poblaciones pequeñas y aisladas.

Árbol de problemas y objetivos

Se trata de un método cuya finalidad es identificar los problemas de una zona concreta y ordenarlos para mostrar cómo se interrelacionan bajo la forma de un «árbol» que revela las causas, los problemas y las consecuencias. Las respuestas pueden convertirse posteriormente en los objetivos de la estrategia. El resultado es otro «árbol» que representa el modo en el que las actividades de la estrategia contribuyen al cumplimiento de los objetivos y, en última instancia, a la consecución de resultados. La etapa final consiste en un análisis y en decidir cuál de las actividades, los objetivos y los resultados propuestos son los más deseables y factibles dentro de los límites del presupuesto del FLAG y su capacidad de ejecución. Puede encontrarse un ejemplo de «árbol de problemas» y de «árbol de objetivos» en esta dirección¹⁴ (fuente: Comisión Europea, 2004).

Reuniones en grupos pequeños

Los debates en grupos pequeños pueden ser más adecuados que las reuniones de mayor tamaño para reflexionar con más profundidad sobre temas o cuestiones específicos. Se pueden organizar diversos tipos de reuniones con un número reducido de asistentes, siendo la mayoría de ellas más adecuadas para ahondar en los temas y estudiarlos con más detalle que las reuniones con grupos más grandes.

- > Reuniones bilaterales
Son uno de los métodos más simples, pero también de los más eficaces, que los iniciadores del proceso de desarrollo de la estrategia pueden emplear. La interacción bilateral o cara a cara (especialmente en reuniones individuales o con pequeños grupos) es una potente herramienta para fomentar y mantener la participación de las partes interesadas. Los miembros y el personal del FLAG pueden asistir a reuniones o actos en los que participen las partes interesadas, o bien visitar los lugares en los que trabajan o se relacionan (cafeterías, bares, bibliotecas, centros juveniles o comunitarios). Acudir a ellos en lugar de esperar que sean ellos quienes acudan siempre al FLAG puede ayudar a desarrollar las relaciones, sobre todo con aquellas personas que puedan mostrarse más abiertas y receptivas en un entorno familiar.

¹⁴ <http://www.sswm.info/category/planning-process-tools/decision-making/decision-making-tools/situation-and-problem-analysis-0>



▲ El FLAG Costa da Morte, España, en la conferencia FARNET celebrada en noviembre de 2011 en Bruselas.

> Sesiones de grupo

Consisten en debates limitados a un pequeño grupo de partes interesadas (normalmente entre cuatro y doce personas) cuyo objetivo es reunir información sobre preferencias, valores u obstáculos relacionados con un tema concreto. Pueden utilizarse para explorar los conceptos iniciales y generar ideas para la estrategia, o bien para poner a prueba y evaluar algunas soluciones. También pueden ser un medio de lograr la implicación de personas o de grupos de interés. Seleccionar cuidadosamente a los participantes y contar con mediadores bien capacitados son factores esenciales para su éxito.

> Grupos de trabajo y grupos operativos

Forman uno de los métodos de uso más común en el desarrollo local, ya que reúnen a socios interesados en un tema en particular o en desarrollar un cierto tipo de proyectos. Los grupos de trabajo pueden organizarse tanto durante la fase de diseño de la estrategia como en el transcurso de la ejecución, pero sus objetivos principales suelen consistir en lograr resultados concretos y presentar a un grupo de actores más amplio soluciones, opciones o ideas que guarden relación con cuestiones específicas. Es importante, por consiguiente, definir claramente las competencias y las responsabilidades del grupo, los resultados previstos y cómo van a ser estos utilizados.

> Conferencia de consenso

Se trata de un método de encuesta o consulta pública en el que participa un grupo de entre diez y treinta ciudadanos cuyo cometido es evaluar una cuestión controvertida dentro de la estrategia local. Pueden formular preguntas a un grupo de expertos y negociar entre ellos para llegar a un consenso y redactar un informe que se pondrá a disposición del público general. Su meta es ampliar el debate incluyendo el punto de vista de personas que no sean expertas en la materia.

Formación

La formación puede emplearse para reforzar las capacidades de los actores del desarrollo local y mejorar su comprensión de los retos y las oportunidades que puedan presentarse. Puede tener lugar en diferentes etapas del proceso de desarrollo de la estrategia y abordar cuestiones que van desde un conocimiento general de las posibilidades, las herramientas y las técnicas de desarrollo local, hasta una formación de carácter más temático relacionada con posibles ámbitos de desarrollo. Además de reforzar las capacidades en diferentes campos, puede servir también para informar a la comunidad local, estimular la interacción social y generar confianza entre los actores locales, que quizá no estén habituados a trabajar juntos. No es probable, sin embargo, que esto se consiga a través de un paquete de formación

«estándar», por lo que debe procurarse diseñar programas de formación que versen específicamente sobre las necesidades de una comunidad dada.

Exposiciones, ferias y presentaciones de proyectos

La participación en distintos eventos locales, como exposiciones de carácter cultural y social, ayudará a dar a conocer al FLAG y es una buena forma de contactar con la comunidad local. En una etapa posterior, el FLAG podría plantearse también realizar una presentación o exposición de los resultados y logros de los primeros proyectos a los que haya brindado su apoyo. El elemento más importante aquí es la interacción. Las recomendaciones incluidas en la Guía FARNET La comercialización de la pesca local pueden emplearse para crear una experiencia que resulte perdurable para la comunidad local. Las presentaciones de proyectos podrían vincularse, por ejemplo, con ferias locales organizadas en torno a temas relacionados con la zona (patrimonio, alimentación, artesanía, etc.).





▲ El proyecto «Mirador Badia», apoyado por el FLAG Litoral Costa de l'Ebre, está presente en Facebook.

Medios de comunicación y telecomunicación

Además de todo lo anterior, el FLAG puede hacer uso de todo un conjunto de herramientas de comunicación (como artículos de prensa, televisión y radio locales o Internet) de forma innovadora para incrementar la interacción y la participación. Estos canales de comunicación pueden ser igualmente útiles para difundir información acerca del trabajo, las aspiraciones y los primeros éxitos del FLAG. Deberá procurarse que esta información lleve también a los grupos menos activos o potencialmente marginados de la comunidad.

Medios sociales

Suele calificarse a los medios sociales como el «boca a boca» del siglo XXI. Desde luego nunca se va a perder la vieja costumbre de charlar en los bares, pero los medios sociales son, sin lugar a dudas, un nuevo modo de llegar a partes o zonas concretas de la comunidad. Internet puede ayudar a alcanzar los rincones más distantes del territorio, así como a los miembros de la comunidad con menor movilidad y a los jóvenes, para los que los medios sociales constituyen con frecuencia su canal de comunicación preferido. Los medios sociales también ofrecen un gran potencial para la interactividad y para difundir información en tiempo real. Puede encontrar más información sobre medios sociales en el sitio web de FARNET. (<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/el-mercado-digital-ta-bla-comparativa-de-varias-redes-sociales>) ■

Recursos adicionales

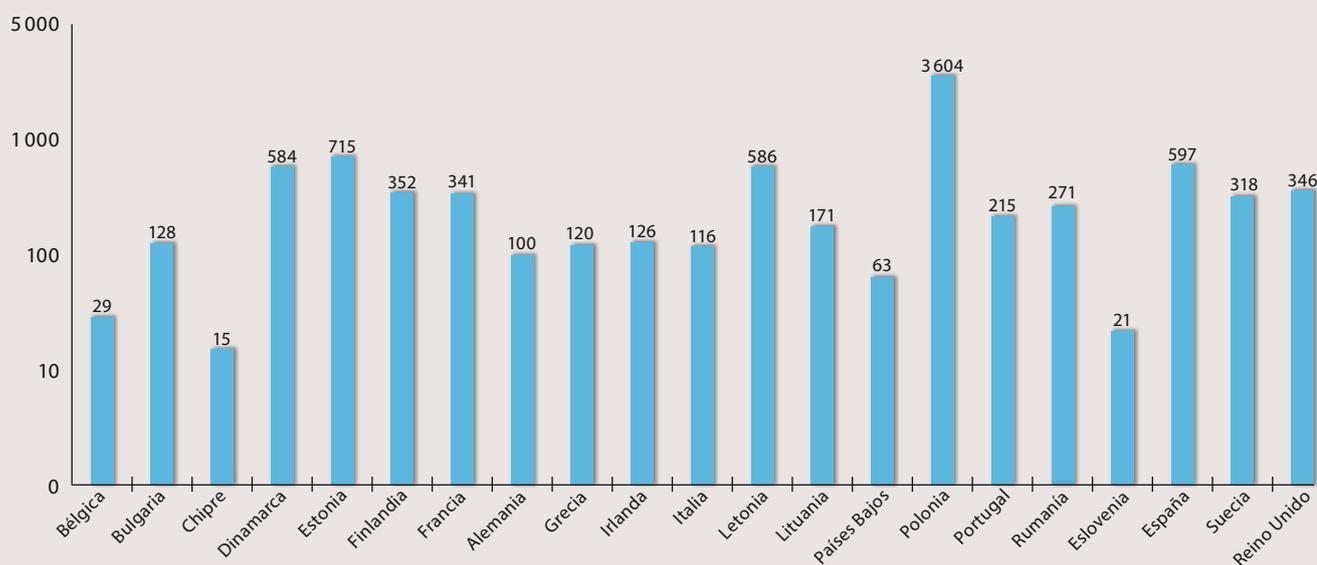
En los siguientes enlaces podrá encontrar más información y consejos sobre cómo involucrar a las comunidades locales en el proceso de desarrollo de la estrategia:

- > **«Implicar a la población en el desarrollo local»** – Dossier LEADER
<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/metho/part1-00.htm>
- > **«El desarrollo territorial en las zonas de pesca de la UE. Guía de iniciación para los Grupos de Acción Local de Pesca (GALP)»** – Guía FARNET nº 1 (en 11 idiomas)
<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET%20Start-up%20Guide%20ES.pdf>
- > **«Hacia una mejora de las comunicaciones en LEADER»**
http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/leader/leader/leader-tool-kit/improving-implementation-of-leader/es/improving-communications-in-leader_es.html
- > **«El camino hacia el éxito»** – Guía FARNET nº 4 (en 11 idiomas)
https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET_Steps-for-Success_Guide-4_ES.pdf

Red FARNET

> Estado actual: ¡8 818 proyectos y subiendo!

A fecha de octubre de 2014, los 312 FLAG actualmente activos en 21 Estados miembros habían proporcionado apoyo a unos 8 818 proyectos.*



(* Cifra basada en los datos facilitados voluntariamente por las autoridades de gestión a fecha de noviembre de 2014

> Conferencia DG MARE: «Rumbo al 2020»

En marzo de 2015 todos los caminos llevarán a Bruselas, donde FARNET celebrará un importante evento para hacer balance del programa del Eje 4 2007-2013, y marcar el rumbo hacia el nuevo programa de desarrollo local participativo 2014-2020.

> Los proyectos LIFE contribuyen a restaurar ríos a los que regresan los peces migratorios

Se ha celebrado recientemente en Estonia la primera reunión de la plataforma LIFE para abordar los problemas de las especies fluviales. Al evento asistieron representantes de más de 15 proyectos LIFE –tanto en curso como ya completados– dedicados a la conservación de las especies de agua dulce, en particular los peces migratorios. Los proyectos se centran en aspectos como la reintroducción de especies y su seguimiento, y la instalación de barreras migratorias y de escalas para peces; también se trata de demostrar los beneficios que para estos proyectos de restauración supone la participación de las partes interesadas y de las comunidades locales.

<http://ec.europa.eu/environment/life/features/2014/rivers1.htm>

> AQUAEXCEL: Las actividades de investigación financiadas por la UE contribuyen a incrementar la competitividad de los piscicultores

La acuicultura mantiene su promesa de reducir la necesidad de capturar peces silvestres. La demanda mundial de pescado sigue creciendo, poniendo con ello a muchas especies en riesgo de sobreexplotación. La acuicultura –también denominada piscicultura– está aliviando en parte la presión que sufren esas poblaciones: la mitad del pescado consumido a nivel mundial se produce actualmente en piscifactorías. Pero aún es mucho lo que se podría hacer para incrementar la eficiencia y la sostenibilidad de la acuicultura europea, sector que da empleo a unas 80 000 personas. AQUAEXCEL facilita a los investigadores de la UE y países asociados el acceso a proyectos conjuntos, así como a centros y recursos de investigación puntera en el ámbito de la acuicultura de toda Europa, incluidos lugares de ensayo, bancos de datos de genómica y sistemas de formación de imágenes.

<http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/news/eu-research-helps-fish-farmers-become-more-competitive>

Agenda FARNET

CUÁNDO	QUÉ	DÓNDE
2-3 de marzo de 2015	Conferencia de la DG MARE «Rumbo al 2020»	Bruselas (B)
21-23 de abril de 2015	European Seafood Exposition (Feria Europea del Pescado y el Marisco)	Bruselas (B)
19-21 de mayo de 2015	Día Marítimo Europeo	Pireo (GR)
12-15 de octubre de 2015	OPEN DAYS – 13ª Semana Europea de las Regiones y las Ciudades	Bruselas (B)

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 2363-314X



9 771831 573001



Oficina de Publicaciones

