

# LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES DE PESCADO Y OTRAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL MAR

5 de mayo de 2023 – Gandía, Valencia

DOSSIER



# ÍNDICE

## 1. PRESENTACIÓN

## 2. PROGRAMA

## 3. METODOLOGÍA

## 4. PONENCIAS

1. OPPs como punto de partida
2. Creación de las OPPs: acciones y perfiles profesionales
3. Sostenibilidad en las OPPs y el papel de la RSC
4. Experiencias (1)
5. Experiencias (2)
6. Federación Nacional Cofradías de Pescadores
7. Debate abierto
8. Resultados proyecto DIGIPESCA

## 5. CONCLUSIONES

## 1. PRESENTACIÓN

La pesca en el Mediterráneo se encuentra sumida en una profunda crisis económica, ambiental y socio-laboral, que tiene sus raíces en múltiples causas. Hacer frente a esta crisis y englobar al sector pesquero en el concepto de crecimiento azul implica iniciar una transformación hacia un modelo mucho más sostenible económica, social y ambientalmente. Bajo este presupuesto nace esta jornada que, bajo el título *Las Organizaciones de Productores de Pescado y otras estrategias de comercialización de productos del mar*, ha pretendido, ofrecer diferentes enfoques para enfrentar un problema común transmitido por el sector: la comercialización.

El actual sistema de comercialización del pescado es muy rígido y no permite conseguir el doble objetivo de sostenibilidad que se pretende: sostenibilidad de los recursos pesqueros y sostenibilidad de las rentas del sector. Particularmente relevante para el sector es su capacidad (o no) para vender su pescado, recibir precios justos y agregar valor a sus capturas. La búsqueda de propuestas innovadoras que permitan impulsar nuevos mecanismos de comercialización en las lonjas ha sido el eje central de la jornada. Problemas, necesidades y posibles actuaciones se han debatido en el marco del proyecto “Digitalización y valoración de la pesca en el Mediterráneo español”, (DIGIPESCA <https://digipesca.webs.upv.es/>)<sup>1</sup> que pretende impulsar la digitalización del sector pesquero, la valorización de su producto y la transferencia de conocimiento, con la finalidad de fomentar la transparencia y facilitar la toma de decisiones sobre la sostenibilidad socioambiental de la actividad pesquera.



CONVOCAN



**JORNADA**  
**LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES DE PESCADO**  
y otras estrategias de comercialización de productos del mar

5 de mayo  
9.00 - 17.00 h

Sala de conferencias, Escuela  
Politécnica Superior de  
Gandia



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU

<sup>1</sup> Proyecto financiado por la Unión Europea (Next GenerationEU) dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

## 2. PROGRAMA

**09:00 - 09:15:** Presentación de la Jornada.

Paloma Herrera Racionero y Luis Miret. Coordinadores del proyecto DIGIPESCA.  
Universidad Politécnica de Valencia.

**09:15 - 09:45:** Las OPP: Punto de partida.

Silvia Muñoz Capilla. Jefa de sección de Ordenación Pesquera GVA.  
Francisco Beltrán. Subdirección General de Pesca. GVA

**09:45 - 10'30:** Creación de las OPP: acciones y perfiles profesionales.

Pablo Lafuente. CEO Consultor SeaLab.

**10:30 - 11:00:** Sostenibilidad en las Organizaciones de Productores Pesqueros (OPP) y el papel de la Responsabilidad Social Corporativa.

Antonio Juan Briones Peñalver. Director de la Cátedra de RCS y profesor de la Universidad Politécnica de Cartagena e Inmaculada Torres Cano, gerente de GALPEMUR.

**11:00 - 11:30:** Pausa-Café.

**11:30 - 12'00:** Experiencias (1): Mario Vizcarro y Juan Balagué Vidal. OPP Pesca RAPITA - Nº 67.

**12:00 - 12:30:** Experiencias (2): Inmaculada Carrasco Rosado OPP85 Motril

**12:30 - 13:00:** Basilio Otero. Federación Nacional Cofradías de Pescadores.

**13:00 – 13:30:** Turno abierto al público.

**13:30 - 15: 00:** Comida-buffet.

**15:00 - 16:00:** Estrategias de comercialización. Resultados proyecto DIGIPESCA.

Equipo DIGIPESCA (Anna Garriga; Roberto Cervelló; Blue Room, Jesús Argente, Amaya Álvarez).

**16:00 - 17:00 –** Mesa redonda ¿Cómo se puede mejorar la comercialización del producto pesquero?

Participan: Cofradía San pedro de Pinatar, Cofradía de Gandía, Cofradía de Calpe.

### 3. PONENCIAS

#### 1. Las OPP: Punto de partida.



*A la izquierda Silvia Muñoz, jefa de Sección de Ordenación Pesquera de la GVA; a su derecha, Francisco Beltrán, subdirector general de Pesca de la GVA.*

La primera ponencia, presentada por Francisco Beltrán, Subdirector General de Pesca de la Generalitat Valencia, comienza con una pregunta: ¿interesan las OPP al sector pesquero? Otras jornadas sobre las OPP en la Comunidad Valenciana no han tenido mucho eco. La palabra OPP ha suscitado una reacción negativa en el sector, una reticencia que parece se va superando. Cofradías y OPP son dos entidades complementarias. Una OPP puede partir de la base social de una cofradía y funcionar para otros cometidos, como puede ser adecuar la comercialización del pescado con el objetivo de incrementar los ingresos de los pescadores. Si queremos revitalizar el sector debemos conseguir que sea económicamente rentable y socialmente atractivo, en caso contrario, el sector, como otros del sector primario, tiene sus días contados, al menos en la forma en que actualmente lo conocemos. En todo caso, una OPP ha de ser entendida como una herramienta de actuación y no como un medio para obtener ayudas financieras.

La segunda sección de esta ponencia fue presentada por Silvia Muñoz, Jefa de sección de Ordenación Pesquera GVA. Durante su intervención definió los aspectos generales a tener en cuenta antes de la creación de una OPP (requisitos de funcionamiento de la OPP, objetivos e incentivos), según los cuales se decidirá si es adecuado crear una organización de este tipo para resolver la situación del sector pesquero. Los principales se podrían sintetizar:

- a. Normativa: Nivel europeo, estatal y autonómico.
- b. Objetivos de las OPPs establecidos en el Reglamento de la OCM.
- c. Medidas que podrán aplicar las OPPs.
- d. Principios de funcionamiento interno de una OPP.

- e. Requisitos reconocimiento como OPP (ej. para artes menores, producción anual >1 millón €; para arrastreros, producción anual >4 millones €).
- f. Extensión de normas. Esta es una actuación muy relevante, ya que gracias a esto las OPPs pueden tener más peso de decisión sobre el mercado del pescado de su zona de producción.
- g. Plan de Producción y Comercialización (PPyC): quizás el aspecto fundamental para el buen funcionamiento de la OPP.
- h. Mecanismo de almacenamiento.
- i. Ayudas a los PPyC.
- j. Gastos subvencionables.
- k. Gastos no subvencionables.

## 2. Creación de las OPPs: acciones y perfiles profesionales



*Pablo Lafuente, CEO Sealab.*

A continuación, Pablo Lafuente, CEO Consultor en Sealab, definió el proceso de creación de una OPP con una visión práctica del proceso y los resultados.

Define las OPPs como herramientas para trabajar en y por la viabilidad económica y ambiental del sector. De esta forma, incide en la importancia de la profesionalización del sector pesquero para poder alcanzar los exigentes requisitos de sostenibilidad definidos por la Unión Europea.

Las OPP se articulan a través de los fondos FEMPA (Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y Acuicultura), apoyando medidas que faciliten la sostenibilidad, asegurando además la viabilidad del sector para las futuras generaciones; que mejoren el precio del pescado; que reduzcan los costes de las explotaciones y que aseguren la renta de los productores. Se subvencionan, por tanto, todos los proyectos que impliquen promoción, ahorro energético, diversificación, innovación y digitalización.

Tras enumerar los requisitos necesarios para la creación de una OPP y las ayudas económicas insistió en la idea de complementariedad de cofradías y OPP: no son excluyentes, ni son incompatibles; no sustituye las labores de la Cofradía ni se ocupa de la lonja, de las ventas, ni nada que tenga que ver con la actividad económica. En definitiva, su opinión es que las OPP son una buena herramienta para mejorar el sector pesquero en España.

### 3. Sostenibilidad en las Organizaciones de Productores de Pescado (OPP) y el papel de la Responsabilidad Social Corporativa



*Ilustración 1. A la izquierda Inmaculada Torres Cano, gerente de Galpemun; a su derecha Antonio Juan Briones Peñalver, director de la cátedra RCS y profesor en la UPC.*

Presentada por Antonio Juan Briones Peñalver (director de la Cátedra de RCS y profesor de la Universidad Politécnica de Cartagena) y por Inmaculada Torres Cano (gerente de Galpemun), esta tercera ponencia de la jornada fue un repaso general sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la participación de los Grupos de Acción Local Pesquera (GALPs).

Antonio J. Briones aborda la importancia de las OPPs para atacar problemas como el aumento de las importaciones de productos pesqueros, los cuales se están convirtiendo en la fuente principal del mercado pesquero.

Las OPPs pueden actuar como herramienta para el establecimiento de una norma de calidad propia, que derivará en la gestión responsable del mercado. Así, teniendo como guía la RSC, se podrá instaurar un mercado pesquero competitivo donde haya una prevalencia sobre el producto generado por las OPPs del territorio español. Además, la RSC también tiene en cuenta la importancia de una buena gestión medioambiental e implica a todos los participantes en el proceso: productores, centros de comercialización y consumidores.



A continuación, Inmaculada Torres habló sobre el papel que pueden tener los GALPs si trabajan de forma conjunta con las OPPs. Ella define los GALPs y las OPPs como los brazos de la ejecución de políticas pesqueras, que tienen su base en las cofradías de pescadores.

Considera que una OPP entre CV y Murcia sería interesante para las cofradías de estos territorios, por tener muchos símiles en cuanto a forma de pesca. Como conclusión, subraya la necesidad de escuchar las directrices y exigencias de Europa, además de considerar sus ayudas. Hay que defender los intereses, estimular el desarrollo productivo y, desde la cofradía, aprovechar las oportunidades que brinda la UE, que no reconoce las cofradías, pero sí las OPPs y las GALPs.

#### 4. Experiencias (1)



*A la izquierda Juan Balagué Vidal, secretario OPP Ràpita; a su derecha Mario Vizcarro Gianni, gerente OPP67 PescaRàpita, secretario FNCCP y abogado.*

Mario Vizcarro y Juan Balagué Vidal (OPP Pesca RÁPITA – nº67) nos contaron su experiencia desde la fundación de la OPP a la que pertenecen.

Mario comienza nombrando las múltiples dificultades por las que está pasando el sector pesquero, entre ellas la “mala fama” que se le está dando a los arrastreros. Observa que se están poniendo muchos problemas a las embarcaciones de pesca de arrastre, ya que se está presuponiendo que todas estas embarcaciones impactan de la misma forma, y no es así. En su cofradía hay muchos arrastreros, pero son embarcaciones familiares, con tamaños de eslora mucho menores que los grandes arrastreros, éstos sí realmente impactantes sobre los fondos marinos. Él entiende que si prohíbe la pesca de arrastre, la mayoría de las cofradías tendrán que dar por finalizada su existencia.

A partir de las dificultades que estaba pasando, la cofradía de pescadores de la Rápita crea en 2006 una OPP que no ha supuesto la sustitución de la Cofradía pero que, de esta forma,



son reconocidos por la Unión Europea. Sin perder lo que son, una Cofradía, no hay porque dejar escapar las oportunidades que brinda el ser una OPP.

Coinciden en que las importaciones suponen una gran problemática para el sector pesquero español. Al ser OPP pueden demandar extensión de normas, interviniendo así en el mercado nacional e internacional; tienen más poder legislativo sobre el producto que viene de fuera, y eso les ayuda a la hora de mantenerse en activo con la Cofradía. En todo caso, al igual que el primer ponente, Francisco Beltrán, Mario también advierte del peligro de crear una OPP sólo con el objetivo de obtener ayudas económicas.

En definitiva, actualmente el sector pesquero español está en una situación dramática, por lo que hay que aprovechar las oportunidades existentes: implementar nuevos mecanismos como la creación de OPP, la venta telemática, subastas agrupadas de pescado de puertos distintos, creación de marcas, certificaciones del producto local, adaptación de lotes vendidos a demanda de los compradores... En definitiva “si tenemos una posibilidad de continuar como sector económico, esta pasa por liderar la economía azul, aprovechar todas las opciones de ayudas financieras, como son las OPP, y no dejar de evolucionar, como históricamente ha hecho el sector pesquero”.

A continuación, su compañero Juan Balagué nos presentó una serie de actuaciones que habían logrado realizar a través de la OPP:

- Creación de la marca “Peix i Maric de la Ràpita”.
- Modernización subasta (online).
- Stand ferias.
- Asistencia a ferias: puso un caso concreto de una feria en Boston (de donde viene el cangrejo azul) a la cual acudieron para aprender qué podían hacer con el cangrejo azul, una especie invasora asentada en el litoral Mediterráneo.
- Foro científico del Mediterráneo 2022.
- Forum Pesca Dieta Mediterránea 2019.
- Creación de una página web de la OPP y promoción en redes sociales.
- Reetiquetadora.
- Estudio impacto descarte.
- Fumet y Transformados.

Todo ello con el objetivo de aumentar la renta de los pescadores mediante la promoción y comercialización propia del producto pesquero.

## 5. Experiencias (2)



*Inmaculada Carrasco Rosado, responsable en Centro de Desarrollo Pesquero de la Diputación de Granada, y OPP85 Motril.*

Inmaculada Carrasco Rosado nos habla de su experiencia como gerente de la OPP85 Motril. En un momento de profunda crisis de la cofradía de Motril y un cambio en su presidencia, optaron por crear, en 2021, la OPP85 con la voluntad de revivir la cofradía y adaptarse a la transición ecológica. Para ello, convirtieron la asociación de pesca fresca en OPP, permitiendo la viabilidad de la cofradía y utilizando la OPP como herramienta en paralelo.

Con un enfoque muy orientado hacia la sostenibilidad y cuidado de los ecosistemas marinos, los objetivos que se han propuesto se centran en:

- Garantizar el ejercicio racional de la pesca y mejorar las condiciones de venta de la producción de sus asociados (23 productores con 28 embarcaciones)
- Favorecer la programación de la producción y su adaptación a la demanda en calidad y cantidad, especialmente mediante la aplicación de planes de captura
- Promover la concentración de la oferta
- Estabilizar los precios
- Fomentar métodos de pesca que favorezcan la pesca sostenible
- Facilitar la gestión integrada del medio marino y fomentar la necesidad de tener un medio ambiente marino saludable

En la actualidad se llevan a cabo proyectos en colaboración con diferentes ONGs y Universidades, por ejemplo, proyectos universitarios centrados especialmente en la disminución de los descartes (ej. “Guardería de Cefalópodos del Mar Alborán”) o la innovación tecnológica.

Como conclusión, anima al resto de cofradías para crear OPPs, sin olvidar que es un camino difícil pero necesario debido al momento en que se encuentra el sector.

Tras todas estas intervenciones, Fabian Ben, Director de Proyectos e Innovación de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores, dejó claro que la FNCP “apoya cualquier tipo de planteamiento que las cofradías hagan para abordar los retos del futuro”.

## 6. Debate

Tras las ponencias se estableció un diálogo abierto y fluido sobre las dudas, preocupaciones y soluciones que enfrenta el sector pesquero español. Ponentes y asistentes debatieron en torno a diferentes preocupaciones como:

- De qué forma las OPPs asumen la estructura de comercialización de las cofradías y cómo esto se da a nivel práctico.
- Existe una gran problemática con la parte económica, ya que los intermediarios en la cadena de comercialización del pescado se acaban quedando con el grueso de las ganancias. De ahí surge la cuestión de si las OPPs realmente mejoran los precios para los vendedores primarios (pescadores) y consumidores finales (consumidores).
- El problema acuciante y compartido del relevo generacional.
- El necesario apoyo de la ciencia para ofrecer soluciones factibles para estos problemas. Sin embargo, muchas de las posibles soluciones están en periodo de prueba y nos son soluciones inmediatas, sino mecanismos para incorporar poco a poco en el sistema de funcionamiento de las cofradías, más concretamente en la forma de subasta.

Se llegó a la conclusión de que la creación de las OPPs ha ayudado a mejorar la situación de la comercialización de la pesca, pero todavía queda mucho camino para llegar a un punto estable y que sea beneficioso para todos. Es de vital importancia pasar por una profesionalización y una digitalización del sector, para así poder alcanzar los objetivos de sostenibilidad y ser competitivos en el mercado. Además, actualmente, la mayor de las preocupaciones para el sector es el nulo relevo generacional, lo cual está suponiendo la desaparición de las cofradías. Es necesario hacer atractivo el sector, para así atraer el interés de jóvenes dispuestos a trabajar, y aprovechar la oportunidad de delegar el trabajo a personas extranjeras dispuestas a dedicarse a la pesca, cosa que sí está sucediendo actualmente.

## 7. Estrategias de comercialización. Resultados proyecto DIGIPESCA.

Después de la pausa para la comida, se dio paso a la exposición de algunas de las actuaciones llevadas a cabo en el marco del proyecto DIGIPESCA.

## Análisis estadístico



*A la izquierda Anna Garriga, investigadora Universitat de Girona, y a su derecha Roberto Cervelló, investigador Universitat Politècnica de València*

Anna Garriga (Universitat de Girona) y Roberto Cervelló (Universitat Politècnica de València) apuntaron los primeros resultados del proyecto DIGIPESCA sobre la comercialización de las lonjas de Cataluña y Comunidad Valenciana. Las conclusiones preliminares del análisis estadístico apuntan algunos pasos que se deberían dar para la mejora de la comercialización:

- Una correcta clasificación de la pesca por tamaño, ya que permitiría segmentar el mercado, fijar precios significativamente diferentes y mejorar los ingresos de la lonja.
- Señalizar los estándares de calidad y tamaño de cada especie.
- Un mayor grado de digitalización de la subasta que permitiría la entrada de nuevos compradores que compitan en precios.
- La función de las vedas y el control de precios mínimos para la sostenibilidad ambiental y económica del sector.

Por su parte, Roberto expuso un análisis detallado de 4 especies de pescado y su variación de venta y precio en la Comunidad Valenciana. Propone un simulador de precios (en el que, junto con Anna, están trabajando actualmente) que establezca un precio mínimo en la subasta, un método utilizado en el norte de Francia y que está dando buenos resultados.

## “Fishchain”



*Denisa Gibovic, directora de la empresa tecnológica Blue Room.*

A continuación, Denisa Gibovic, CEO de la empresa tecnológica Blue Room, presentó la prueba piloto “Fishchain”, un proyecto con el que, a través de códigos QR, se podrá informar a los consumidores de pescado de restaurantes sobre la procedencia del pescado que están consumiendo.

Gracias a este proyecto se podrá trazar la calidad asociada al origen del pescado, desde su pesca en los barcos hasta su venta en las subastas de las lonjas. Esto ayudará a que los restaurantes estén más comprometidos con la pesca de proximidad, el pescado fresco y la sostenibilidad, fomentando así la actividad económica de las pesquerías locales. Además, dará oportunidad a que los restaurantes innoven formando parte de un proyecto estatal supervisado por la Universidad de Mallorca.

## APP lonja



*A la izquierda Jesús Argente, investigador del Departamento de Ingeniería de la Información y las Comunicaciones en la UMU; a su derecha Carlos Otero, consultor.*

Jesús Argente, investigador Universidad de Murcia, y Carlos Otero, consultor, nos explican la experiencia piloto que en el marco de DIGIPESCA lidera la Universidad de Murcia.

Se trata de “APP lonja”, una APP con el objetivo de facilitar la comercialización de productos de pesca local y de adaptar el sistema de comercialización de productos de pesca local a los nuevos tiempos de digitalización.

Con esta APP se podrá poner en venta el pescado antes de que éste llegue a lonja, formando parte de una subasta más temprana realizada de forma online antes de llegar a lonja. Así, pretenden cubrir algunas de las necesidades que pescadores locales y lonjas tienen sobre la forma de comercialización del pescado.



## Visor de datos



*Amaya Álvarez, científica del centro de investigación IMEDEA, UIB-CSIC.*

Finalmente, Amaya Álvarez (investigadora IMEDEA, UIB-CSIC) nos presentó el proyecto de visor de datos que están llevando a cabo en la lonja de Palma a través de DIGIPESCA.

Se trata de un visor web para analizar a corto y largo plazo las capturas de las diferentes especies que pasan por lonjas, ofreciendo información de número de capturas por kilos, especies y tallas medias. Un proyecto innovador que utiliza la inteligencia artificial para extraer información de las imágenes de la subasta.

Este visor será útil tanto para cofradías como para compradores, ya que se podrán asociar precios con tallas, o visualizar datos de la pesca comparando entre diferentes zonas y periodos del año. Esta información, bajo el control de las cofradías, podrá repercutir en una mayor optimización de los recursos, ahorrando, de esta forma costes económicos.

## 4. CONCLUSIONES

Las ponencias realizadas durante el 5 de mayo evidenciaron la gran preocupación existente en el sector pesquero ante una situación calificada de crítica y la necesidad de buscar soluciones prácticas e imaginativas para poder asegurar un sector pesquero de calidad para presentes y futuras generaciones.

Para ello es necesario el diálogo abierto y el trabajo conjunto y cohesionado entre las instituciones pesqueras, la administración, las universidades y centros de investigación... que garantice un sector dinámico, atractivo y social, económica, y ambientalmente sostenible.

Desde DIGIPESCA animamos a las cofradías y otros agentes interesados a participar junto a nosotros en las diferentes actividades previstas para lograr, juntos, esos objetivos. Con estas jornadas esperamos haber contribuido, en la medida de nuestras posibilidades,

a fomentar un debate serio y constructivo sobre lo que realmente preocupa al sector. En todo caso, desde DIGIPESCA estamos comprometidos con cualquier acción o tema que pueda mejorar la comercialización de la pesca en el Mediterráneo, por ello cualquier iniciativa en esta línea será siempre bienvenida.

Pueden seguir nuestras acciones y contactar con nosotros a través de nuestra web <https://digipesca.webs.upv.es/>