

IDEAS DE PROYECTOS POSIBLES EN ÁMBITOS PRIORITARIOS ESTRATEGIA 2016-2020

Grupo de Acción Costera Tenerife Zona 4

Área: Mejora de la comercialización

<p>Objetivos:</p> <p>Disminución de la cadena de comercialización y diversificación de canales de venta para aumentar el poder negociador del productor.</p> <p>Mejora de la cadena de comercialización.</p>	<p>Creación de mercadillos del pescador en zonas pesqueras, entre una o varias cofradías, con espacios de cata, demostraciones de limpieza y preparación de pescado, con promoción turística y local para activar la afluencia.</p>
	<p>Acondicionamiento y mejora de pescaderías, lonjas y espacios ligados a las cofradías, especialmente si con ello se genera empleo en el sector y se promociona el producto pesquero artesanal.</p>
	<p>Proyectos de transporte y venta de pescado a domicilio, recuperación del patrimonio cultural: venta ambulante de pescado. (Revisar la normativa aplicable en materia de conservación, transporte y venta ambulante de productos del mar).</p>
	<p>Acondicionamiento de lonjas y Puntos de Primera Venta (PPV) para ventas a particulares y rutas turísticas temáticas de pescado. (Revisar marco legal local sobre venta de pescado a particulares y uso de lonjas como reclamo turístico).</p>
	<p>Introducción de tecnologías de comunicación que faciliten la venta directamente a particulares: canales facebook, watsapp, web en donde se anuncie la época de cada pescado, la pesca disponible cada día en cada punto, los tamaños mínimos, artes de pesca, características de cada producto del mar, etc.</p>
	<p>Conectar pescadores y pescadoras y/o cofradías con clubes de consumo (consumo solidario y /o ecológico/artesanal). Distribución de productos de la pesca local a través de cestas de pescado de temporada. (Revisar normativa en materia de conservación y transporte de productos del mar).</p>
	<p>Creación de Organizaciones de Productores y/o Cooperativas para la comercialización de productos pesqueros, la negociación conjunta de precios y distribución de gastos (por ejemplo OP del Camarón, OP de Cofradías del Sur/Norte, etc.)</p>
	<p>Adecuación de espacios de venta nuevos o antiguos para ser gestionados por profesionales del sector y ubicados cerca de cofradías, costas, en mercados del agricultor, en actividades y espacios del sector primario, actividades puntuales de promoción, etc.</p>
	<p>Aplicaciones y nuevas tecnologías para agilizar y facilitar la venta de productos del mar y establecer comunicación directa entre consumidores y pescadores/as.</p>
	<p>Aplicaciones y nuevas tecnologías para agilizar y facilitar la gestión de los productos de pesca en cofradías y Puntos de Primera Venta (consultar necesidades con cada cofradía).</p>

Área: Puesta en valor del producto pesquero

<p>Objetivos:</p>	<p>Concienciación a consumidores sobre el valor del producto local a través de campañas informativas a la población en general sobre los valores nutricionales del pescado fresco local y de los beneficios socio-económicos de consumir productos locales y productos KM0 (entrevistas a pescadores/as, biólogos, nutricionistas, economistas especialistas en economía local, chefs, etc.), creación de material visual: videos, imágenes, slogans.</p>
<p>Promoción de productos de la pesca local entre consumidores.</p>	<p>Creación y distribución de material informativo físico, audiovisual y/o digital sobre productos artesanales del mar y el sector pesquero en general.</p>
<p>Concienciación sobre el valor nutritivo y económico del producto local.</p>	<p>Cursos de limpieza y preparación de pescado local, show-cooking, recetas tradicionales, eventos con restaurantes/cocineros locales involucrando a la mayor parte de recursos posibles del municipio: escuelas de cocina, centros de mayores, comunidad educativa, empresas de sector (náuticas, de submarinismo, agencias de turismo, ONGs, etc).</p>
<p>Promoción del uso gastronómico innovador del producto pesquero local.</p>	<p>Campañas, eventos de gastronomía local con inclusión de productos del mar (ruta de la tapa con productos del mar) y preparaciones novedosas de atún, recetarios innovadores accesibles al público en general.</p>
<p></p>	<p>Promoción del pescado local entre extranjeros residentes (en idiomas) a través de folletos, información en webs de gastronomía, prensa local extranjera, turismo de Tenerife y agencias de turismo municipales y privadas.</p>
<p></p>	<p>Campañas, festivales, de consumo del producto de temporada (por ejemplo potas, camarones), con información sobre el producto, rutas y demostraciones, recetario y show-cooking, maridaje, etc.</p>
<p></p>	<p>Campañas de concienciación con asociaciones de consumidores. Inclusión de productos del mar en cestas de consumo responsable y/o cestas de consumo ecológico.</p>
<p></p>	<p>Apoyo y promoción de la marca Pesca Artesanal que diferencia el producto local legal del foráneo y el ilegal. Campañas de promoción de pescaderías y restaurantes que ostentan la marca.</p>
<p></p>	<p>Campañas de información, reuniones, sesiones, mailings, etc., a restaurantes y/o pescaderías con información sobre las ventajas del producto local y desventajas y riesgos presentes en la compra de pescado proveniente de pesca furtiva.</p>
<p></p>	<p>Innovación y mejora de la presentación del producto de cara a la venta al consumidor final: empaquetado atractivo, con información sobre arte de pesca, información nutricional y receta base en varios idiomas.</p>
<p></p>	<p>Proyectos de mejora de la trazabilidad e identificación de productos pesqueros</p>

Nuevos productos: transformación y procesamiento de productos del mar.

<p>Objetivos:</p>	<p>Transformación y comercialización de atún despiezado a nivel local (hoteles, restaurantes, supermercados, comedores públicos, consumidores particulares, etc.).</p>
<p>Creación de valor agregado a través de la transformación.</p> <p>Diversificación de la oferta</p>	<p>Plan de Promoción del atún pescado en Canarias: con actividades demostrativas de utilización del atún, recetarios, videos, cursos a cocineros/as y jornadas sobre el ciclo del atún desde el mar hasta nuestra mesa, que incluyen visita a pescadores/as, Cofradías, Organizaciones de Productores y ronqueo de atún, información nutricional sobre el atún fresco o congelado pescado en Canarias y el atún en lata proveniente del pacífico.</p>
<p>Creación de empleo en el sector de la transformación</p> <p>Aumento de las ventas locales de atún</p>	<p>Elaboración y venta de pescado envasado (atún), o de productos locales abundantes y estacionales: proyectos de preparación, envasado y comercialización en línea gourmet/delicatesen, en botes de cristal, como producto artesanal, altamente diferenciado y de calidad. Productos identificados con casero/sano/economía local/comercio justo/Km0. Nombre atractivo y con alta trazabilidad.</p> <p>Posibilidad de combinar la transformación con proyectos de inclusión socio-laboral de colectivos en dificultad. Comercialización y marketing dirigidas al mercado local y al turismo. Muchos ejemplos interesantes disponibles en Galicia, Sicilia, Francia que están funcionando muy bien. (Ver: http://mardesilleiro.com/27-percebeiros; http://www.currimar.com/ ; https://www.conservassotavento.com ; http://conservasgallegas.com ; https://www.labelleiloise.fr ; https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet2/on-the-ground/good-practice/projects/vianapescap-product-placement-%E2%80%93-promoting-canned-fish-story_en)</p>
	<p>Elaboración y venta de nuevos productos de pescado semi-preparados: hamburguesas de atún, surimi, pulpa de pescado, salazones, etc., con plan de producción, comercialización y marketing.</p>
	<p>Innovación en el tratamiento y preparación del pescado en restaurantes especializados (pescado a la brasa, preparaciones crudas, show cookings de recetas innovadoras, catas de productos del mar).</p>
	<p>Visitas a proyectos exitosos transferibles a Tenerife en el sector de la transformación de productos pesqueros artesanales.</p>
	<p>Proyectos de innovación en la conservación de propiedades nutricionales, sostenibilidad y durabilidad de productos pesqueros, principalmente atunes.</p>

Diversificación en el sector pesquero y de actividades costeras

<p>Objetivos:</p> <p>Ampliar la lista de actividades económicas posibles a pescadores/as</p> <p>Aprovechamiento del recurso turístico para la explotación económica sostenible de la costa</p> <p>Ampliar la variedad de productos marinos y de posibilidades de aprovechamiento</p>	<p>Pesca turismo*: paseos en barcos pesqueros y demostración de artes de pesca para turistas. (*Carencia de marco legal local).</p>
	<p>Pesca turismo: acuerdos entre pescadores/as y patrones de barcos deportivos para paseos en barcos deportivos que incluyan demostraciones de pesca artesanal en el mar (artes, ejemplares, demostraciones, y en tierra (show-cooking, degustación, etc.).</p>
	<p>Turismo marítimo: rutas guiadas y demostraciones del funcionamiento de la actividad pesquera en tierra, en cofradías y/o puntos de interés pesquero, lonjas, pescaderías, con visitas a barcos, demostraciones de ronqueo de atún, catas, información general, Mar Turismo, visitas a pueblos pesqueros, etc. (ejemplos: http://www.turismomarinero.com; Tuna Trap Route en http://www.foodiesandalucia.com/experiences ;</p>
	<p>Proyecto de musealización de lonjas de pescadores/as, puntos de primera venta, cofradías, y/o espacios costeros en general con fines turísticos y educativos, acondicionando espacios para exposiciones y actividades de diversificación turística, concienciación, pesca turismo y turismo marinerero.</p>
	<p>Turismo acuicultura: rutas guiadas y demostraciones del funcionamiento de la actividad, catas y ventas in situ, información nutricional y de conservación.</p>
	<p>Venta de productos locales del mar a turistas: venta ambulante puntual en camión refrigerado en puntos de alta afluencia turística, con publicidad, nombres y preparaciones visuales y en idiomas variados.</p>
	<p>Nuevas ofertas de servicios costeros (práctica de deportes náuticos y marítimos), que dinamizan y enriquecen la oferta de ocio de la costa.</p>
	<p>Publicidad y marketing sobre productos de pesca local en centros de gran afluencia turística (supermercados, paseos marítimos, mercados, etc.).</p>
	<p>Cultivos exóticos o innovadores, o cetáceas para cultivos marinos clásicos. Cultivo de corales, caballitos de mar, microalgas y algas para alimentación/cosmética, langostas, almejas, etc., apoyo a planes de negocio y explotación de cultivos innovadores. (Ver: http://www.reefwater.es ; https://cetareaduomar.es ;</p>
	<p>Creación de productos dermoestéticos y/o alimenticios elaborados a base de productos marinos: lodos, algas, sales, aceites, etc.</p>
<p>Creación y difusión turística de senderos costeros, con puntos/centros de interpretación, con información de flora y fauna de la zona y recomendaciones de cuidados del medio.</p>	
<p>Desarrollo de proyectos novedosos de ocio marítimo y costero, ejemplos: "nadar con atunes" http://tuna-tour.com/estas-preparado ; restaurante sobre el mar: https://www.nauticgourmet.com</p>	

Sostenibilidad del sector pesquero y del medio ambiente marino

<p>Objetivos:</p> <p>Asegurar la sostenibilidad de todos los componentes del medio (productos de la pesca y medio ambiente costero)</p> <p>Asegurar la sostenibilidad del sector pesquero artesanal como profesión.</p>	<p>Formación a jóvenes y mayores en sector pesquero, naval y gastronómico (énfasis en productos del mar) para apoyar el mantenimiento y rentabilidad de la actividad y el relevo generacional: acuerdos para dar formación entre escuelas de formación y empresas del sector pesquero, cofradías, pescadores/as, empresas de acuicultura, de turismo costero, etc.). Posibilidad de ofrecer la formación en varios puntos de la isla para limitar desplazamientos que puedan hacer inviable la formación. Formación en: pesca, pescadería,</p> <p>Formación a personas interesadas, grupos de consumo, cocineros, etc., en la transformación de productos de la pesca para aumentar el consumo de atún a nivel local y entre consumidores finales (elaboración particular de conservas, tratamiento de productos derivados de la pesca: salación, etc.), acuerdos con escuelas de cocina, chefs y proyectos ejemplo de otras regiones).</p> <p>Mantenimiento y gestión de zonas de interés ecológico: proyectos de cogestión de recursos costeros, creación de redes de recolección de información, paneles informativos para público en general, sensibilización a escolares y público en general, limpieza de playas, etc.</p> <p>Implantación de reservas marinas: concienciación, negociación y estudios de viabilidad para generar consenso y sostener la implantación de zonas protegidas.</p> <p>Aumento de la eficiencia energética en la cadena de frío: proyectos de reducción del consumo energético y reducción de la huella de carbono en general. Auditorías y asesorías energéticas.</p> <p>Campañas de limpieza de playas, campañas informativas y de concienciación y contra la pesca furtiva en ayuntamientos, colegios, colectivos, ONG's, centros de conservación, tiendas de pesca, de submarinismo, etc.</p> <p>Aplicaciones y nuevas tecnologías para promocionar rutas costeras (y que sirvan como medio también de sensibilización).</p> <p>Elaboración y difusión de material sobre normativa regional de pesca, definición de pesca furtiva, tallas mínimas y sanciones vigentes a través de las webs de ayuntamientos, asociaciones, entes públicos relacionados con el sector a través de páginas webs de cada ayuntamiento y organismo, de material impreso o bien en campañas específicas.</p> <p>Proyectos investigación del efecto del cambio climático en el medio y el sector pesquero.</p> <p>Innovación en la pesca que mejore la sostenibilidad: reuniones de consenso con pescadores/as, creación de proyectos piloto, adhesión a proyectos a nivel europeo para evitar descartes y/o pesca abusiva y/o limitar los daños a medio ambiente (Proyectos ejemplo: proyecto pesca de arrastre con abertura de escape para especies protegidas o no deseadas, proyecto de nasas que se encogen para recogerlas y que duran el doble, etc.).</p> <p>Aprovechamiento de subproductos de pesca, sobretodo del atún (vísceras, piel, etc.): estudios y/o planes de negocio y gestión para gestión de subproductos.</p>
--	--

Promoción del patrimonio cultural marítimo

<p>Objetivos:</p> <p>Conservar, rehabilitar y poner en valor el patrimonio cultural marítimo pesquero y su importancia histórica en la economía local.</p>	<p>Dinamización directa de cofradías: organización de visitas y entrevistas con cofrades para identificar sus necesidades, intereses, festividades, etc.</p>
	<p>Organización de encuentros, o actividades de cooperación regional, nacional o transnacional entre cofradías y actores relevantes del sector para identificar buenas prácticas y proyectos innovadores.</p>
	<p>Creación banco de datos de imágenes y videos, promoción de memoria visual. Concurso de fotos/vídeos de pesca artesanal de Tenerife, seleccionando las fotos más representativas del sector, premiando distintas categorías: mejor imagen del producto, mejor imagen del arte de pesca, del pescador/a, de paisaje.</p>
	<p>Historia de costumbres: libro recopilador sobre la historia, costumbres, vocablos, tradiciones de pueblos del mar (y hacia el mar) en Tenerife.</p>
	<p>Concursos fotográficos sobre la pesca artesanal en Tenerife, productos del mar, pescadores/as y barcos. Colocación de fotos murales con temas relacionados con la pesca y el medio marino en la costa o en eventos costeros.</p>
	<p>Dinamización de muelles pesqueros: demostraciones, charlas, descripción de artes de pesca, interacción con pescadores/as.</p>
<p>Objetivos Transversales: creación de empleo, inclusión de colectivos en dificultad, favorecimiento del empleo femenino, sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.</p>	