



Arranca el proyecto de cooperación **MACAROFOOD**

J.A. González, J.G. Pajuelo, J.M. Lorenzo (ULPGC), J. Pascual (ULL), J. Delgado (DRP), M. Freitas (EBMF),
A. Martins (INDP), N. Almeida (UNICV), F. Ribeiro (EHTCV) & C. Pires (ADEI)

A lo largo del trienio 2017-2019, en el área de cooperación de la Macaronesia será ejecutado el proyecto MACAROFood (MAC/2.3d/015) cuyo título es “Valorización de productos marinos de la Macaronesia: turismo, gastronomía y capacitación profesional”.



El partenariado presenta la siguiente composición de socios. Por Canarias: la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) (coordinador) y la Universidad de La Laguna (ULL). Por Madeira: la Dirección Regional de Pesca (DRP) y la Cámara Municipal do Funchal a través de su Estación de Biología Marina de Funchal (EBMF). Por Cabo Verde: el Instituto Nacional Desarrollo Pesquero (INDP), la Universidad de Cabo Verde (UNICV) a través de la Facultad de Ingenierías y Ciencias del Mar, la Escuela de Hostelería y Turismo de Cabo Verde (EHTCV) y la Agencia para el Desarrollo Empresarial y la Innovación (ADEI). Además, diversas PYMES que operan en la cadena de valor de los productos marinos han mostrado su interés en la ejecución, servicios, resultados y/o productos finales del proyecto.

- OE3: Desarrollar e implementar una estrategia para la dinamización de flujos de información y conocimiento en torno a los productos de la pesca (en especial la artesanal) mediante el uso de TICs y otras herramientas eficientes de promoción-divulgación, creando sinergias entre los actores socio-económicos.

MACAROFood es un proyecto multidisciplinar: científico-técnico y socio-económico. Además de las actividades obligatorias de Coordinación y Comunicación, la implementación práctica del proyecto ha sido estructurada en las actividades de Ejecución (AE) siguientes:

MACAROFood ES UN PROYECTO MULTIDISCIPLINAR: CIENTÍFICO-TÉCNICO Y SOCIO-ECONÓMICO

Enmarcado en la mejora de la competitividad de las PYMES pesqueras, MACAROFood tiene como finalidad crear un partenariado público-privado, como red de cooperación, buenas prácticas y gestión sostenible, que desarrolle sinergias entre las ciencias marinas/sociales y la gastronomía y que dinamice flujos de información/conocimiento mediante uso de TIC, para impulsar un turismo de excelencia y valorizar el producto marino local. Transferencias (conocimiento y tecnología), capacitación profesional en productos del mar y su uso responsable en hotelería/turismo y el cambio hacia la sociedad del conocimiento serán sus pilares. Esta estrategia mejorará la competitividad de las PYMES y creará condiciones para su internacionalización, favoreciendo su posicionamiento en el mercado y en la innovación en el sector de la pesca y su cadena de valor. Promoverá la emprendeduría/autoempleo y dinamizará el rol de la mujer. Asegurará su perdurabilidad constituyendo una red MAC de alianzas de la pesca artesanal para mejorar su articulación/visibilidad y favorecer su inserción en el mercado.

Tres objetivos específicos (OE) han sido establecidos:

- OE1: Evaluar el estado de los recursos pesqueros de especial interés, valorar la aplicación de tecnologías responsables/sostenibles para su extracción y analizar las interacciones actuales y potenciales del sector extractivo (en especial el artesanal) con la restauración, la hotelería y el consumo local.
- OE2: Definir acciones innovadoras de valorización y transferencia a través de las PYMES (favoreciendo la inclusión social y de la mujer) para estimular la actividad productiva y generar información sobre el mercado (local y exterior) y nuevas oportunidades de negocio y empleo en torno a productos marinos.

- AE1: Transferencia de conocimiento para el uso sostenible de recursos marinos. Descripción: Determinación de parámetros oceanográficos y biológicos de recursos marinos de interés comercial para su uso sostenible. Transferencia de conocimiento a los sectores socio-económicos de la cadena de valor mediante el uso de las TICs y otros instrumentos eficientes y complementarios de promoción y divulgación.

Tareas principales: A. Determinación de parámetros oceanográficos y biológicos de especies objetivo (tradicionales y emergentes) y asociadas de interés comercial de la Macaronesia (Canarias, Madeira y Cabo Verde 2017-2019). B. Consolidación de los biobancos existentes en la Macaronesia (Canarias, Madeira y Cabo Verde 2017-2019). C. Jornadas de transferencia de información y conocimiento a los actores de los sectores involucrados.

- AE2: Demostración, desarrollo y transferencia de tecnología pesquera responsable. Descripción: Demostración y desarrollo de tecnologías pesqueras responsables, incluyendo la innovación social y nuevos modelos de negocio. Transferencia de tecnología a los sectores involucrados mediante el uso de las TICs y otros instrumentos.

Tareas principales: A. Campaña de demostración, transferencia y prospección con palangre maderense especializado para pejesable negro (Cabo Verde 2017). B. Desarrollo de nasa selectiva para langosta costera (prototipos, ensayos experimentales, mejora/selección) (Cabo Verde 2017). C. Campañas de demostración, transferencia y prospección para langostas costeras (Cabo Verde 2017, Madeira 2018). D. Jornadas de transferencia de conocimiento y tecnología a los actores de la cadena de valor.



- AE3: Diagnóstico social y económico de la cadena de valor de los productos marinos. Descripción: Diagnóstico de las interacciones entre el sector primario, la restauración, la hotelería y otros actores de la cadena de valor de los productos marinos. Generación de buenas prácticas y diseño de potenciadores de los flujos y sinergias entre los actores.

Tareas principales: A. Caracterización socioeconómica y de la cadena de valor (con énfasis en la pesca artesanal) y sus sectores transversales, oportunidades de acción colectiva entre actores y, en su caso, generación de organizaciones. B. Manuales de Buenas Prácticas para actores de la cadena de valor. C. Seminarios para PYMES pesqueras y sus organizaciones (Madeira 2018, Canarias 2019): i) competitividad e internacionalización, incluyendo go-

Tareas principales: A. Estudios para mejorar la comercialización con implantación de marcas colectivas con PYMES y organizaciones. B. Fomento del consumo de pescado de Canarias en islas con mayor demanda. C. Transformación de atunes y pequeños pelágicos en productos con valor agregado. D. Promoción de productos pesqueros nuevos/emergentes (pescados y mariscos).

- AE5: Potenciación de la calidad y seguridad alimentaria y agregación de valor. Descripción: Estrategias potenciadoras de la calidad y seguridad alimentaria de productos marinos de especial interés, agregación de valor mediante transformación/procesado y, en su caso, desarrollo biotecnológico asociado.

LA ACTIVIDAD SE APOYARÁ EN LA REALIZACIÓN DE MÚLTIPLES CONTACTOS, GESTIONES Y REUNIONES PARA RECOGER LAS CARTAS DE ADHESIÓN DE PYMES PESQUERAS Y SUS ORGANIZACIONES AL PARTENARIADO MACAROFOOD Y A SU ALIANZA DE PYMES MAC DE LA PESCA ARTESANAL.

bernanza y nuevas oportunidades de negocio; ii) dinamización del papel de la mujer, incidiendo en venta directa, transformación e igualdad de oportunidades laborales; iii) fomento de emprendeduría.

- AE4: Acciones de refuerzo de la competitividad e internacionalización empresarial. Descripción: Estudios de viabilidad de negocio y marketing, estrategias de valorización y comercialización, ensayos de integración de productos en canales de restauración, hotelería, colectividades y consumidores.

Tareas principales: A. Propiedades nutricionales de materias primas de interés económico. B. Valorización de productos y subproductos, viabilidad comercial de sus componentes y, en su caso, desarrollos biotecnológicos asociados que promuevan la internacionalización (Canarias y Madeira 2017-2019). C. Atlas Gastronómico de la Pesca en Canarias, innovador, para profesionales y consumidores, con contenido científico-técnico, etnográfico y culinario (tradicional y creativo) (Canarias 2017-2018).



- AE6: Capacitación en productos del mar e integración del conocimiento en hostelería y turismo. Descripción: Formación de capacitadores e integración del conocimiento generado en los programas docentes de las escuelas e institutos de hostelería, hotelería y turismo. Refuerzo de competencias sobre productos del mar para profesionales en activo. Uso de TICs para la sensibilización de consumidores locales, turistas y otros actores de la cadena de valor.

Tareas principales: A. Conferencias formativas/informativas en Centros de FP de Hostelería y Turismo. B. Workshops para elaboración de preparaciones culinarias en dichos centros. C. Recetario de cocina marinera, valorizado técnica y socialmente, con recetas tradicionales e innovadoras.

Proyecto y, en consecuencia, constituyendo un verdadero capital para futuros proyectos sobre estas temáticas.

La actividad se apoyará en la realización de múltiples contactos, gestiones y reuniones (bilateral y de carácter más plenario) para recoger las Cartas de adhesión de PYMES pesqueras y sus organizaciones al Partenariado Macarofood (manifestando su interés por los resultados del Proyecto) y a su Alianza de PYMES MAC de la pesca artesanal.

En cuanto a las actuaciones de Comunicación y destinatarios de las mismas, MACAROFOOD incluirá presentaciones públicas, jornadas de divulgación, seminarios, web propia (macarofood.org) y difusión en los medios de comunicación social, con énfasis en el uso de herramientas TIC. Los destinatarios

MACAROFOOD INCLUIRÁ PRESENTACIONES PÚBLICAS, JORNADAS DE DIVULGACIÓN, SEMINARIOS, WEB PROPIA Y DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- AE7: Red de Alianzas de la pesca artesanal (articulación, visibilidad e inserción en el mercado) y perpetuación de resultados del proyecto. Descripción: Constitución de una Red, con base en el uso de las TICs, de Alianzas de la pesca artesanal del espacio de cooperación MAC (y su entorno de interés socioeconómico) para mejorar su articulación/organización e imagen pública/visibilidad externa y para favorecer su inserción en los mercados, asegurando la perdurabilidad de los resultados de este

de estas actuaciones serán las PYMES y sus organizaciones representativas en los sectores involucrados (pesca, transformación, distribución, comercialización, restauración, hotelería, turismo), así como consumidores y Administraciones públicas. Las herramientas de promoción-divulgación serán complementarias y de distinta naturaleza: web específica (con servicio FAQ), publicaciones, dossieres, posters, audiovisuales y participación en congresos/ferias.