



La directora adjunta de FEDEPESCA, María Luisa Álvarez Blanco, destaca la labor de los profesionales de la comercialización de pescado que tienen servicio a domicilio y cada vez más elaboran platos listos para comer.

María Luisa Álvarez Blanco,
directora adjunta de FEDEPESCA

“Que un refresco cuente con el mismo IVA que un producto básico para la alimentación y la salud de los ciudadanos no es coherente”

La directora adjunta de FEDEPESCA, María Luisa Álvarez Blanco, señala que “si queremos que España siga siendo una referencia mundial en la cadena de valor pesquera y acuícola debemos invertir en promoción”

Entrevista

*Texto: Teresa Montero
Fotos: FEDEPESCA*

“Cambiar la mentalidad no ha sido fácil, pero resulta apasionante”. Con esta frase, M^a Luisa Álvarez Blanco, directora adjunta de FEDEPESCA, da muestras de su gran profesionalidad. Insta a la promoción del pescado y a la reducción de su IVA, apuesta por la innovación de las pescaderías y nos habla de la federación de detallistas del pescado, que suma iniciativas y grandes logros, acumula premios y es miembro de numerosos organismos. Pero aún si cabe, su mayor hazaña es haberse convertido en un referente, ayudar con un espíritu colaborador e integrador en todos los ámbitos desde el consumo o medio ambiente hasta el I+D+ i.

El pasado julio, FEDEPESCA recibió la Medalla y la Placa al Mérito en el Comercio Interior y Exterior 2015. Enhorabuena. Esto demuestra que están haciendo las cosas bien, pero imagino que queda mucho por hacer ¿cuáles son los principales retos para su organización y el sector en los próximos años?

Estamos muy agradecidos por este reconocimiento que premia nuestra labor de colaboración institucional y a un sector que emplea a 30.000 personas, con un papel muy destacado en los barrios, pueblos y ciudades por su aportación económica, cultural y gastronómica y su compromiso con la calidad, el servicio y la innovación. Nos ha enorgullecido enormemente que nuestra candidatura fuera muy respaldada por los compañeros de numerosas organizaciones. Este gran respaldo ya fue en sí mismo un premio.

Recientemente el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente también nos ha honrado con el reconocimiento del Premio Alimentos de España 2015 en la modalidad de Pesca, aunque estamos pendientes del acto de entrega. Ha sido un año muy emocionante por estos apoyos, que indican que vamos por el buen camino y nos animan a seguir poniendo

La profesionalidad del pescadero es lo que realmente diferencia al comercio especialista

toda la ilusión y esfuerzo en desarrollar nuestro trabajo.

Los retos a los que nos enfrentamos son enormes. El primero es tratar de frenar la caída del consumo de productos pesqueros, mejorar el conocimiento de los consumidores respecto a nuestra cadena de valor y nuestros productos, y conseguir en el sistema español de empleo y educación alguna alternativa para garantizar la profesionalización del oficio a través de la formación. El fomento de la innovación y adaptación de nuestro sector a las nuevas tecnologías y tendencias de mercado son también nuestra prioridad.

Desde la fundación de la asociación han pasado 38 años, que les han dado para mucho en los ámbitos de calidad y seguridad alimentaria, formación, comunicación y promoción, y medio ambiente y marketing. Son numerosos los logros de FEDEPESCA e impresionante el conjunto de actividades con guías, proyectos, estudios... ¿Cuáles a su juicio han sido los más relevantes?

Hemos trabajado muy duro para convertirnos en el referente del sector comercializador especializado en España y que cualquier entidad o persona que quiera saber de nuestro sector sepa que puede contar con nosotros. Siempre trabajamos con un claro espíritu colaborador e integrador. Nos gusta sumar y colaborar. Si tuviera que se-

El primer reto es tratar de frenar la caída del consumo de productos pesqueros

leccionar un logro, creo que sería el haber conseguido disponer de un gran equipo humano y la excelente colaboración que mantenemos con las personas de nuestro entorno institucional, asociativo, empresarial y social.

Estamos muy orgullosos de, en cada momento, ir adaptándonos a las necesidades sectoriales y ofrecer soluciones adecuadas a nuestras empresas para el cumplimiento de la normativa. La Guía de Buenas Prácticas Higiénicas en el comercio de pescadería validada por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición fue muy destacada, así como su aplicativo informático; un logro enorme. La primera Norma de Calidad AENOR para Pequeño Comercio de Alimentación de Europa, inolvidable.

Nuestra Guía de Buenas Prácticas Medioambientales incluida dentro del proyecto FEDEPESCA INNOVA en el año 2011, la Guía de Consumo Responsable y Recetario Sostenible, la labor realizada para informar y formar en las nuevas exigencias legales de todo tipo: fiscales, laborales, etiquetado, nuestra labor de comunicación. No podría destacar ninguno.

De los más recientes, destaco el proyecto PESCAVERDE que incluía la primera guía sobre trazabilidad e información alimentaria al consumidor final adaptada a la Política Pesquera Común, junto a material sobre Sostenibilidad y Artes de Pesca, además de numerosas jornadas y actividades para difundir de una forma sencilla cómo trabajamos administración pública y sectores para ofrecer un producto seguro y sostenible. Fue un proyecto en colaboración con Magrama, Cepesca, Apromar y Ocu realmente muy satisfactorio y por el que nos felicitó la Comisión Europea.

¿Qué consecuencias tiene para el sector detallista del pescado el nuevo Real Decreto que regula la primera venta de productos pesqueros?

FEDEPESCA recibió el texto con preocupación por algunos aspectos que regula. Es cierto que mejora ciertos aspectos como el refuerzo de la trazabilidad a los detallistas, también permite a establecimientos autorizados realizar ventas directas a consumidores finales en el marco del turismo marinerero, dejando a las Comunidades Autónomas regular las cantidades e importes máximos.

La Guía de Buenas Prácticas Higiénicas en el comercio de pescadería y la primera Norma de Calidad AENOR para Pequeño Comercio de Alimentación de Europa son dos de los logros de FEDEPESCA

En los reglamentos de control se recoge la posibilidad de que los compradores no deban autorizarse cuando el comprador adquiriera productos de la pesca de un buque pesquero en primera venta con el límite de un máximo de 30 kg y que se destinen únicamente para consumo privado. También se recoge que los Estados Miembros podrán eximir los requisitos de trazabilidad en el caso de venta de productos que no superen los 50 euros por día.

Cuesta creer que 30 kg sea consumo privado, cuando la media de consumo según los últimos datos se sitúa en 25,47 kg/ persona y año en los hogares españoles. Además, se está permitiendo que los barcos puedan vender directamente a los consumidores más del doble del consumo medio anual por persona sin ningún documento que soporte la información obligatoria al consumidor final, en el caso de que el valor sea inferior a 50 €.

En definitiva, una puerta abierta a la pérdida de seguridad a la hora de adquirir productos pesqueros y una competencia desleal con respecto al resto de operadores. Si se vende al consumidor final nosotros opinamos que siempre ha de transmitirse toda la información y garantías, independientemente de quien haga la venta.

Siguiendo con temas de actualidad, ¿cuáles son las novedades fiscales y laborales derivadas de la reforma del sistema de módulos, y cómo afectan al comercio especialista de productos pesqueros y acuícolas?



La responsable de FEDEPESCA muestra su preocupación por la reducción del consumo en los hogares.

La reforma del IRPF redujo los importes de ventas y compras que determinaba el poder tributar por el régimen de estimación objetiva, más conocido como los "Módulos". Gracias a la presión ejercida por FEDEPESCA junto con otras organizaciones como la Federación de Trabajadores Autónomos (ATA) se consiguió retrasar esta medida, fijando una solución transitoria para 2016 y 2017.

En 2018 todo aquel minorista que tenga más de 150.000 € de compras o ventas, deberá de pasar al sistema de estimación directa simplificada, lo que supone una mayor carga administrativa y de gestión, que costará de media unos 2.700 € al año. Además, tras 25 años del sistema de módulos, muchos de los empresarios jamás han llevado una contabilidad, por lo que les va a suponer un esfuerzo muy importante en tiempo. Nosotros pensamos que los límites anteriores de 300.000 € de compras y 600.000 € de ventas garantizaban que este sistema se aplicara a empresas muy pequeñas, a las que hay que simplificar al máximo los procedimientos, garantizando la recaudación global, que es lo que se buscaba.

El consumo de productos pesqueros en los hogares españoles no deja de caer. ¿Causas y posibles soluciones? Hábleme

de los proyectos recientes más exitosos y dígame si tienen alguna iniciativa en marcha para incentivar este consumo.

Los últimos datos de la alimentación mes a mes establecen un consumo de productos pesqueros y acuícolas en hogares españoles de 25,47 kg/ per cápita para el año móvil en noviembre de 2015. Se acumula un año más de descenso, suponiendo una caída acumulada del 9'5 % en 10 años.

Las causas son muy variadas, el estilo de vida, la democratización de la toma de decisiones en los hogares, la irrupción de las nuevas tecnologías, que por un lado nos facilitan la vida pero a las que dedicamos 39 horas a la semana que le quitamos a otras actividades como hacer la compra, planificar menús o cocinar. Los ciudadanos perciben el pescado como poco práctico. Les gusta y saben que es saludable, pero lo encuentran "complicado". Nada más lejos de la realidad. Los profesionales lo venden listo para el consumo, tienen servicio a domicilio y cada vez más elaboran platos listos para comer.

Es necesario que los especialistas refuercen su presencia on-line, por ellos estamos geolocalizando las pescaderías y llegando a acuerdos con plataformas como La Cesta del Mercado, que permite hacer la

No podemos seguir mirando para otro lado ni poner excusas, hemos de trabajar unidos para conservar un estilo de vida saludable que incluya la ingesta de pescado

compra on-line de los frescos en tiendas de barrio.

Proyectos como Fotofish, Fishfan, Fish-trainer o "Pescaderías de Madrid, profesionales en todos los sentidos" buscan poner en valor al pescadero y promocionar el producto pesquero y acuícola con un lenguaje innovador y en la red. Sin embargo, es urgente aumentar la financiación en acciones de promoción por parte del Magrama aprovechando el nuevo FEMP, ya que se recuperan tres de cada cuatro euros invertidos.

Principalmente es preocupante la caída del consumo de pescado en hogares donde viven niños pequeños. Según datos del MAGRAMA, sólo consumen 5,08 kilos por año. ¿Alarmante, verdad?

En España, un 53,6% de la población adulta tiene un peso superior al saludable, padeciendo obesidad o sobrepeso y si miramos a la población infantil las cifras son igualmente preocupantes. Según el estudio ALADINO uno de cada dos niños en nuestro país tiene exceso de peso.

Es tristísimo que España haya disfrutado de una dieta casi perfecta y se esté perdiendo, especialmente entre los jóvenes. Si queremos luchar contra la epidemia del siglo XXI, el sobrepeso y la obesidad, ha de fomentarse la ingesta de pescado. Cada vez son más niños los que padecen enfermedades de adultos, como es el exceso de peso y sus consecuencias, por ejemplo la diabetes.

Los hábitos alimentarios se fijan en la infancia. Si conseguimos que los niños adquieran unos hábitos saludables será el me-

jor regalo que les podemos hacer para el resto de su vida adulta. No podemos seguir mirando para otro lado ni poner excusas. Es prioritario para la sociedad y para los ciudadanos. Por ello, administración pública, empresarios, familias y sector educativo hemos de trabajar unidos para conservar un estilo de vida saludable.

Ante esta situación, no ayudó nada la subida del IVA a los productos pesqueros, que pasó del 8 al 10%, mientras que la mayoría de países de la Unión Europea aplica entre un 5 y un 6%. ¿Reclaman a la Administración una justa reducción?

Que un refresco azucarado cuente con el mismo tipo de gravamen de IVA que un producto básico para la alimentación y la salud de los ciudadanos no es coherente. Desde FEDEPESCA y las organizaciones del sector se ha solicitado en numerosas ocasiones la reducción del IVA para el pescado hasta el 4%, como tienen la fruta, la verdura o los quesos, entre otros productos.

Estimamos que el IVA súper reducido en pescado supondría para el Estado dejar de recaudar 540 millones de euros. Sin embargo, estos 540 millones de euros no suponen una cantidad relevante frente a los 7.700 millones de euros de gasto sanitario producido por las enfermedades cardiovasculares, cuya prevención está relacionada directamente con el consumo de productos pesqueros y acuícolas. Con-

miendo pescado azul dos veces a la semana reducimos el riesgo cardiovascular en un 31%. Este gasto sanitario se incrementa a más de 12.000 millones de euros cuando tenemos en cuenta todas las enfermedades relacionadas con una mala alimentación, y creciendo.

Con la reducción del IVA fomentaríamos el consumo de productos pesqueros y acuícolas lo que podría repercutir en una reducción del gasto sanitario gracias a las propiedades nutricionales del pescado. Pero, sobre todo, esta medida ayudaría a los españoles a llevar una dieta más saludable con el pescado como protagonista.

En este contexto de descenso del consumo y con un consumidor que ha cambiado sus hábitos, aliarse con la tecnología y apostar por la innovación parecen posibles salidas, ¿es así? Sobre ello trata la Pescadería 3.0, la pescadería del futuro. Háblenos sobre ella.

La pescadería del futuro es aquella que ofrece una experiencia de compra completa para el consumidor. Dispone de elaborados artesanales de pescado, zonas de degustación, mucha información del producto, venta multicanal, talleres y catas, incorpora el diseño en el establecimiento y en sus presentaciones y envases y, sobre todo, conserva la profesionalidad del pescadero, el que realmente diferencia al comercio especialista.



Este tipo de pescaderías comienza a aparecer con éxito en nuestras ciudades, y demuestra que la innovación es posible en nuestro sector. Pescaderías que se alían con portales ecológicos, que tienen un canal informativo en YouTube y que diversifican su actividad. Desde FEDEPESCA creemos que el futuro de la pescadería pasa por la innovación, y por ello, siempre los animaremos a ello y les ayudaremos en todo lo que podamos.

Otro punto a tener en cuenta para la recuperación del consumo es la promoción, ¿sería interesante que surgiera un organismo como el FROM, que trabajaba precisamente en este terreno, o al menos incrementar el presupuesto destinado a la promoción?

El extinto FROM destinó más de 11 millones de euros a la promoción de productos pesqueros y acuícolas en 2011, su último año de existencia. El Estado español recuperaba tres de cada cuatro euros. Actualmente se destinan 2 millones de euros a promoción de productos pesqueros y acuícolas, es decir, apenas un 20% del presupuesto del 2011, lo cual seguro tiene algo que ver en la bajada del consumo.

Por ello FEDEPESCA pide que, con el nuevo Fondo Europeo Marítimo y de Pesca (FEMP) que cuenta con un dotación para el período 2014-2020 de 1.161.620 889 € para España, se retome urgentemente la promoción. Consideramos imprescindible trasladar a la Secretaría General de Pesca las competencias, pues en este departamento se conoce en profundidad al sector pesquero y acuícola y se definen las políticas para adaptarnos a las exigencias europeas.

Si queremos que España siga siendo una referencia mundial en la cadena de valor pesquera y acuícola, desde la producción hasta la comercialización, y mejorar la salud de los españoles potenciando el consumo de pescado y marisco, debemos de invertir en su promoción.

La aparición de nuevos formatos comerciales (supermercados y grandes superficies), entre otras situaciones, ha causado el descenso de la cuota de mercado de las pescaderías, que, como el consumo, también continúa disminuyendo, ¿qué debe hacer el pescadero tradicional para recuperar su sitio en la venta de productos pesqueros?



FEDEPESCA considera urgente retomar la promoción de los productos de la pesca.

Debemos profesionalizar el oficio de pescadero, lo que pasa por impulsar la formación, clave para conseguir su prestigio. En España no existe ningún centro público donde se pueda conseguir el título de pescadero, ni por la vía de educación ni por la vía de los certificados de profesionalidad, a pesar de que la cualificación profesional está recogida en el catálogo de cualificaciones.

Nuestro sector y toda la distribución comercial están sufriendo la falta de personal cualificado. En un país como el nuestro, con altas tasas de paro, no encontramos personas que quieran trabajar en el sector a pesar de ser demandantes de empleo. Sirva de ejemplo que los alumnos de

dos cursos que ejecutamos desde la asociación de Madrid se emplearon en su totalidad al finalizar sus 150 horas presenciales, combinando formación teórica y con productos. Desgraciadamente para este tipo de formación no existen apoyos. De seguir así no podremos garantizar la continuidad del sector.

Por otra parte, el pescadero también debe evolucionar y adaptarse a los nuevos tiempos. Estamos ante un consumidor cada vez más ocupado, con el tiempo más comprometido, para el que las prioridades han cambiado. Debemos de ofrecer soluciones que se adapten a estas necesidades. Integrar las nuevas tecnologías en la gestión económica y comercial del negocio es imprescindible. Automatizar procesos para la reducción de costes y mejorar la rentabilidad, también.

Hoy no sirve sólo con vender y trabajar muy bien el producto. Tenemos que ser expertos en nuestro negocio de una forma integral, dar respuesta a cualquier inquietud de los clientes en los ámbitos de seguridad alimentaria, medio ambiente y gastronomía, y saber ofrecer una experiencia de compra completa.

No obstante, quiero apuntar que, según los estudios, cuando compramos pescado en un especialista la media de la compra es de 1,9 kg mientras que cuando los hacemos

El futuro de la pescadería pasa por la innovación, aunque el pescadero debe evolucionar y adaptarse a los nuevos tiempos

en un supermercado o hipermercado es de 1,4 kg. Un 25% menos por acto de compra en las grandes compañías. Esto indica que los especialistas del comercio consiguen seducir y orientar mejor a los consumidores.

FEDEPESCA no sólo desarrolla proyectos relacionados con el consumo de productos pesqueros, ¿en qué consiste el proyecto SETPESCA para la trazabilidad electrónica de la Trazabilidad? Me resulta curioso también el emprendido para la ‘Categorización objetiva de frescura de merluza en primera venta’

SETPESCA ha sido un proyecto muy ambicioso llevado a cabo con la Asociación de Mayoristas de Pescados de Mercamadrid y cofinanciado por la Comisión Europea. Con la entrada en vigor de los reglamentos de control de pesca, la información de trazabilidad obligatoriamente ha de transmitirse a través de medios telemáticos. Todo un reto dada la complejidad que supone trabajar con productos altamente perecederos que se comercializan a granel.

El objetivo de SETPESCA era ofrecer una solución para que, de forma centralizada y en tiempo real, los compradores en la nave de pescados de Mercamadrid puedan obtener, con su número de comprador y sus claves, los datos de trazabilidad desde cualquier dispositivo móvil o en los puntos de impresión que hemos habilitado en nuestra oficina.

Es impresionante ver cómo pueden consultar sus compras en sus móviles o bien imprimir las etiquetas para el mostrador con la información obligatoria para el consumidor final y la misma imagen corporativa. De momento 35 empresas mayoristas han adaptado sus procesos a esta nueva forma de operar, pero seguimos avanzando.

Con este proyecto no sólo conseguimos que se cumpla esta obligación legislativa, sino que impulsamos la modernización en la gestión de las empresas mayoristas y minoristas, con el ahorro de costes y la mejora de la eficiencia que supone.

No era razonable que en el siglo XXI los compradores tuvieran que trabajar con los datos de su abastecimiento de forma manual. Ha sido muy duro, por la necesidad de cambiar la mentalidad de los operadores, lo cual no es fácil, pero sí apasionante.

Respecto al proyecto de Categorización objetiva de frescura de merluza en prime-

ra venta, es cierto que lo presentamos a propuesta de la Rula de Avilés. Como decía, nuestra visión global de la cadena y el hecho de que los minoristas ubicados en el litoral español sean compradores en lonja nos animó a abordar este reto innovador, cuyo objetivo es reducir la subjetividad propia de la evaluación sensorial humana en la clasificación de los productos pesqueros y aumentar la confianza de los agentes.

AZTI es el centro tecnológico encargado de llevar a cabo el desarrollo tecnológico para alcanzar los objetivos del proyecto dada su dilatada experiencia y avanzamos a buen ritmo. Pronto tendremos resultados.

¿Cómo afronta FEDEPESCA su participación por primera vez en el Comité de Seguimiento del Fondo Europeo Marítimo y de Pesca?

Con agradecimiento, satisfacción y responsabilidad. España podrá disponer de 1.161,6 millones de euros procedentes del presupuesto comunitario para el periodo 2014-2020. Esta cantidad, unida a las aportaciones de la Administración General del Estado y de las Comunidades Autónomas, así como a la participación privada, podrá ascender hasta 2.200 millones de euros.

La constitución del Comité de Seguimiento es un requisito establecido desde el Reglamento del FEMP y está regido por un Reglamento interno. Es un orgullo formar parte del mismo, junto al resto de representantes de entidades públicas y privadas, con el encargo de examinar la ejecución del Programa Operativo español, seguir los avances en la consecución de sus objetivos, revisar todas las cuestiones que

afecten al rendimiento del Programa, y formular observaciones a las autoridades de gestión y validación del mismo.

Estamos muy agradecidos de que el Magrama haya considerado que nuestra organización es merecedora de formar parte de este Comité, así como en otros como el de Seguimiento del Plan Estratégico de I+D+i, de Diversificación Pesquera, del Observatorio de la Cadena Alimentaria, del Consejo de Organizaciones Interprofesionales. Mucho trabajo, pero muy ilusionante y motivador.

El pasado 25 de abril celebraron su 44 asamblea anual en Barcelona, ¿qué conclusiones extrajeron?

53 representantes de las asociaciones del comercio especializado de pescado y productos congelados nos dimos cita en Barcelona para abordar los principales temas de interés para el sector, como la formación profesional, la innovación en el punto de venta, las novedades fiscales y laborales, la necesidad de conseguir rebajar el IVA del pescado y aumentar los fondos de promoción del producto.

Nos fuimos preocupados por la constatación de que la rentabilidad de los negocios está muy comprometida y satisfechos con el hecho de que el secretario de Estado de Comercio, Jaime García Legaz, considerara muy razonables nuestras solicitudes de ayudarnos a impulsar la formación en el sector y trasladar a los responsables de Hacienda la lógica de que el pescado disfrute el tipo impositivo del 4%. 

