

Comercialización de nuevos productos derivados del percebe

FLAG: Ría de Vigo – A Guarda
Galicia, España

Presentación del proyecto

En Galicia existe una larga tradición de recogida del percebe, trabajo que realizan tanto hombres como mujeres, de un producto que se vende exclusivamente fresco, sin ningún tipo de tratamiento ni valor añadido. Este proyecto, promovido por percebeiros locales, pretende crear nuevos productos derivados del percebe, uno de los mariscos más codiciados de España. Entre los nuevos productos, encontramos percebe natural enlatado y paté de percebe con algas marinas. Estos productos aportan valor añadido al percebe, especialmente al de pequeño tamaño, de menor demanda y habitualmente más barato.



Contexto y principales desafíos



La recogida del percebe goza de una larga tradición en Baiona y en A Guardia, y en toda Galicia en general. Se trata de uno de los crustáceos más populares de España, pero existe una especie de percebe, de menor tamaño, de menor valor de mercado. A pesar de ello, los mariscadores siguen recogéndolo para evitar la colonización del hábitat de los percebes más valiosos. Es importante, pues, sacar algún partido comercial a estos percebes de menor valor, en lugar de desecharlos directamente.

Los mariscadores de Baiona (12 154 habitantes en 2010) y A Guardia (10 472 habitantes) están organizados en agrupaciones, reuniendo a un total de 214 profesionales de la recogida del percebe que, hasta hace poco, sólo vendían su producto en subastas. Sin embargo, una enorme cantidad de percebes pequeños se recogen y venden a un precio muy barato.

En 2005, un grupo de hombres y mujeres de ambas localidades empezaron a pensar en una solución a este problema y crearon una empresa, *Mar de Silleiro LTD*, con 27 percebeiros. La empresa, consciente de las limitaciones que supone vender solamente percebes frescos, desarrolló la idea de conservarlos mediante la introducción de nuevos productos preparados, utilizando principalmente los percebes más pequeños y menos valiosos. En un principio se empezó investigando y estudiando diferentes recetas y su potencial de mercado, una tarea financiada por el Ministerio de Pesca nacional y la oficina regional del mismo (*Consellería do Mar*).

Objetivos del proyecto

Los principales objetivos del proyecto del Eje 4 fueron:

1. Desarrollar y lanzar dos nuevos productos para el mercado español: percebe natural enlatado y paté de percebe con algas marinas, usando los percebes de menor valor comercial.
2. Investigar el potencial de lanzamiento de estos nuevos productos a nivel internacional.

Descripción del proyecto

El proyecto implica el desarrollo y lanzamiento en el mercado español de dos nuevos productos: el percebe natural enlatado y el paté de percebe con algas marinas. La primera prioridad fue organizar las instalaciones para el enlatado, lo cual se hizo a través de una asociación con la fábrica de conservas de Antonio Pérez Lafuente, una planta gallega conocida por su compromiso con la pesca responsable, la calidad de sus materias primas y sus exigentes normas de calidad. El acuerdo de asociación consistió en la contratación de la línea de producción de la fábrica un día a la semana.

Una vez conseguidas las instalaciones para la producción, el proyecto se centró en el marketing y la búsqueda de una marca comercial. El primer paso fue el diseño de la marca, los logos y los envases, y registrar las marcas para asegurar su protección. Para ello, los promotores del proyecto buscaron una empresa que estuviera especializada en el desarrollo de productos y que entendiera igualmente el trabajo y el estilo de vida de los percebeberos.

El siguiente paso fue crear un sitio web con tienda online, una idea innovadora en el sector pesquero, pero que se consideraba un instrumento fundamental para acceder a determinados mercados y para comunicar con el consumidor. El sitio web, www.mardesilleiro.com, ofrece al consumidor la posibilidad de comprar directamente a la empresa. Además, para facilitar la venta online, los promotores alquilaron una oficina y un almacén para el envasado y la distribución.

Con la infraestructura básica asegurada, la empresa colaboradora asistió en las labores de desarrollo de las primeras muestras del producto para pruebas y degustación, y posteriormente, al envío del producto final al mercado. Su ayuda fue también de utilidad en la coordinación de una campaña promocional, con la producción de un vídeo de promoción que se alojaría en el sitio web y se mostraría en ferias y otros eventos de promoción de pesca en España y el extranjero. También desarrollaron un stand para exposiciones y merchandising, además de otros materiales promocionales.

El lanzamiento público de la empresa *Mar de Silleiro* y de sus productos tuvo lugar en el CETMAR (Centro Tecnológico del Mar) de Vigo, el 3 de noviembre de 2010. A la presentación asistieron las 27 *percebeiras*, un evento en el que la prensa y los invitados tuvieron la oportunidad de probar los nuevos productos.



Tras el almuerzo, se inició la campaña promocional, la cual había consistido hasta entonces en ferias pesqueras, encuentros con distribuidores, minoristas, tiendas 'gourmet' y de productos de lujo, etc. *Mar de Silleiro* reconoce que los primeros años de la nueva empresa son críticos para asegurar el éxito de la introducción del producto en el mercado. Por ello, la empresa ha participado activamente en los eventos más importantes, como el *Forum Gastronómico 2010* (Girona), el *Salón Internacional de Gourmets 2011* (Madrid) y la *Feria Internacional de Galicia 2011* (Silleda).

Principales actores participantes

Los promotores del proyecto son un grupo de mariscadores de Baiona y A Guardia, creadores de la empresa *Mar de Silleiro*, fundada con el objetivo de aportar valor añadido al percebe fresco de la región. La empresa cuenta con 27 "percebeiras/os", si bien está representada por un grupo menor para liderar el proyecto. Dicho grupo trabaja en estrecha colaboración con el FLAG de Vigo, así como con el CETMAR y la ANFACO (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos), que le prestan asistencia y asesoramiento en los aspectos técnicos del proyecto.

Resultados del proyecto

Aún es pronto para predecir cuáles serán los resultados eventuales de este proyecto. Sin embargo, es obvio que los mariscadores que se incorporaron a la nueva empresa y han participado en el proyecto están más concienciados e interesados en la oportunidad de aportar valor añadido al proceso. Además, ya se benefician de un aumento de sus ingresos gracias a la venta de nuevos productos, y disfrutan de su nuevo papel de hombres y mujeres de negocios. Asimismo, han ganado una confianza considerable en el potencial de los productos existentes, las marcas y el nuevo sitio web.



El proyecto ha tenido igualmente un mayor impacto en la comunidad, ofreciendo más oportunidades de empleo, contribuyendo al desarrollo de la economía local y reforzando la confianza de la comunidad en el futuro.

Superar los obstáculos: lecciones clave

Los obstáculos a superar estaban relacionados, en su mayoría, con la falta de conciencia de producto por parte de restaurantes, tiendas, supermercados y el público en general, y también con el difícil contexto económico. El lanzamiento de los productos al mercado tuvo un gran éxito, pero la crisis económica mundial está afectando considerablemente y el volumen de negocios para el segundo trimestre fue tres veces inferior al primero.



Otro problema ha sido el de asegurar la continuidad del suministro y también la falta de experiencia en marketing de los mariscadores, especialmente a la hora de descubrir y acceder a nuevos mercados.

Otros de los desafíos se refieren a los conflictos del interior del sector, principalmente con quienes creen que los pescadores deberían dedicarse a la pesca, pero también con quienes piensan que corresponde a los Gobiernos nacionales y regionales resolver los problemas del sector pesquero, y no a los propios pescadores. Esto conlleva la politización del proceso, que complica y demora el desarrollo de algunas cuestiones.

Los factores clave para superar estos obstáculos y explicar los éxitos hasta ahora alcanzados por el proyecto son los siguientes:

- › La motivación y participación activa de los mariscadores
- › La innovación/novedad del producto en el mercado
- › El gran interés por el producto por parte de las tiendas 'gourmet'
- › El buen seguimiento del proyecto en la prensa local, regional e incluso nacional y la TV
- › El sólido liderazgo de un pequeño grupo de mariscadoras
- › La voluntad de los promotores del proyecto de invertir en una mayor experiencia y conocimientos técnicos que les ayude en determinados aspectos relacionados con el desarrollo del producto y el marketing
- › La determinación de los promotores de evitar cualquier politización del proyecto y asegurar su éxito a largo plazo

Perspectivas de futuro

Una vez efectuadas las inversiones principales y asegurado un determinado número de clientes fijos, las mariscadoras pueden permitirse ahora continuar con la promoción de su producto a través de sesiones de degustación y actividades similares para incrementar sus ventas directas.

Los promotores están altamente motivados por la nueva empresa y manifiestan su deseo de seguir creciendo y diversificando sus actividades mediante el desarrollo de nuevos productos y nuevos mercados. Las condiciones del mercado siguen, sin embargo, siendo difíciles, y no son pocos los problemas que quedan por resolver. Por ejemplo, la comercialización de productos alimentarios exige el cumplimiento de ciertas normas de higiene, lo que implica una inversión económica considerable. Esta, y otras inversiones igual de necesarias, sólo se verán amortizadas a largo plazo, y además cualquier interrupción de la financiación de las actividades podría comprometer el prometedor futuro de la empresa.

Por otra parte, la recogida de percebes de baja calidad está relacionada con un plan de gestión que se aprueba anualmente. Para asegurar la continuidad del suministro, sería necesario un acuerdo a más largo plazo que diera más garantías.

Transferibilidad

Este proyecto implica a mujeres, empresarios y jóvenes, y establece un sistema para la explotación y la producción sostenible de nuevos productos pesqueros. La idea es transferible a otras organizaciones de pequeños productores, sobre todo de perceberos de dentro y fuera de Galicia. La experiencia podría ser útil igualmente para productores de otros sectores pesqueros que deseen lanzarse en los productos preparados.

Los promotores han recibido ya invitaciones para presentar el proyecto a otros FLAG y asociaciones pesqueras, así como en eventos organizados por FARNET y la Comisión Europea.



Costes y financiación

Coste total del proyecto: 131 667,00 €

Coste total con derecho a financiación: 91 667,00 €

Contribución del FLAG: 45 833,50 € (50% con derecho a financiación, del cual el 61% de la UE, el 19,5% de cofinanciación nacional y otro 19,5% de cofinanciación regional)

Contribución privada: 45 833,50 (50%)

Los costes totales y la aportación del Eje 4 quedan desglosados de la manera siguiente:

Actividad relativa al proyecto	Coste total	Contribución del FLAG
Rehabilitación de almacén y oficina locales	3 200	1 600
Mobiliario de oficina y stand	5 858	2 929
Tecnologías de la información y comunicación (tienda online incluida)	13 209	6 604,50
Diseño gráfico (etiquetado, envasado, etc.) y diseño corporativo	14 000	7 000
Marketing promocional	4 800	2 400
Equipamiento (maquinaria, transporte)	48 000	24 000
Personal (administración y marketing)	40 000	0
Total	131 667	45 833,50

Información sobre el proyecto

Nombre: Comercialización de nuevos productos derivados del percebe

Duración: de mediados de agosto de 2010 a finales de octubre de 2011 (15 meses).

Fecha del estudio de caso: Mayo 2011

Promotor del proyecto

Mar de Silleiro SLT

Coordinador: Susana González

info@mardesilleiro.com

Teléfono: 00 34 986 191 962

www.mardesilleiro.com

Datos del FLAG

Ría de Vigo – A Guarda, Galicia, España

gac7@accioncosteira.es

Tfno.: +34 986 358 109

<http://www.accioncosteira.es/?q=node/127>

[Ficha informativa del FLAG](#)

Editor: Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca, Director General.

Cláusula de exención de responsabilidad: La Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la elaboración total de este documento, pero no se responsabiliza de su contenido ni garantiza la precisión de los datos