



La comercialización del pescado frente a las nuevas tecnologías: El proyecto Interpeix de transacción on line

Dr. Ramón Franquesa, Gabinete de Economía del Mar Universidad de Barcelona

España representa aproximadamente el 2% de las exportaciones totales del comercio pesquero mundial y un 6% de las importaciones. Somos un país netamente importador de productos pesqueros. En el futuro esta situación se mantendrá o se hará aun más deficitaria.

La realidad es que somos un país con un alto consumo de pescado y con una riqueza costera muy limitada. Esto genera dificultades para acceder al suficiente recurso (dependemos para pescar de acuerdos internacionales difíciles), pero ventajas también si sabemos jugar nuestras cartas. Efectivamente somos el destino final de una parte importante de la producción mundial. Ello permite, si nos movemos adecuadamente, poner algunas condiciones.

Parte de estas condiciones pueden ser negociar el acceso a cambio de mercado. Esta vieja formulación necesita hoy presentarse de forma distinta. No se trata desde mi punto de vista, de forzar acuerdos de acceso entre gobiernos que por diversas razones serán cada vez más difíciles. Creo que debería empezar hablarse de una regulación paralela del mercado de los productos con el mercado del derecho de pesca. Sin duda este es un aspecto fundamental de las preocupaciones entorno al comercio de la pesca y concentra naturalmente la actividad de España en los foros internacionales como la OCDE y la WTO.

Hay otros aspectos también importantes. Uno de ellos es también asegurar que como compradores tengamos derecho a revisar que es lo que se nos vende y como se nos vende. Temas de control sanitario, de identificar de forma veraz la calidad, origen, las especies, la modalidad de pesca, la frescura, etc. En este sentido también se está avanzando con el etiquetado, las notas de venta, etc.

Sin embargo, por mucho que legislemos, será poco efectivo si se pierde el control del mercado, del modo en que se vende. Y aquí queda mucho por hacer. Mejor dicho casi no se ha hecho nada.

La forma de venta del pescado es aún la tradicional para una gran parte del valor vendido en España: subasta a la baja presencial con un número de lonjas excesivo para los volúmenes y valores manejados. Ciertamente con una política de subvenciones que incentiva mantener esa dispersión.

Si proyectamos los cambios que nos envuelven en el futuro, creo que pocos apostarían porque dentro de 10 años esto siga igual. Sin embargo seguimos en una inercia, como si esos cambios no fueran con nosotros, manteniendo la tradición día a día.

¿Que puede cambiar en la comercialización? Creo que muchas cosas, entre ellas:

- 1) el consumidor preferirá productos cómodos para comprar y consumir
- 2) el comercio tenderá a concentrarse (una parte mayor pasará por las grandes superficies)
- 3) una parte mayor se dirigirá a la restauración (el producto ya no lo ve el consumidor final)
- 4) el comercio se globalizara con la implantación efectiva del Euro el próximo año.
- 5) las ventas tenderán a concentrarse en pocas Lonjas (subastas) una parte de ese comercio empleará la transacción electrónica que se concentrará en grandes portales.
- 6) la gestión de la actividad pesquera necesitará del control del mercado.

Frente a todo ello ¿qué puede hacerse? Obviamente adelantarse a lo que pueda ocurrir. Mi presentación se va a limitar a un aspecto de estos problemas. Pero un aspecto que se relaciona con varios de los retos que apuntamos.

En concreto frente a estos retos, nos concentraremos en una simple deducción: Si una parte del comercio pasará por lonjas virtuales, lo mejor es desarrollar portales ahora que el costo es muy reducido. Hoy solo es un coste técnico, mañana será el coste de desplazar a los operadores dominantes que puede ser inabordable simplemente.

Por ello un equipo compuesto por cibernéticos del IIA de la UAB, de biólogos del ICM-CSIC, de economistas del GEM-UB bajo la coordinación del CSIC nos pusimos a trabajar en un proyecto INFOPEIX de televenta de los productos pesqueros¹.

Me gustaría exponer los rasgos fundamentales del proyecto, los aspectos innovadores que debieron resolverse y los motivos por los que quedo aparcado este proyecto.

El sentido y contenido del proyecto

Los institutos que presentamos el proyecto INTERPEIX, lo definimos como un desarrollo piloto sobre la aplicación de la telemática al control de calidad y comercialización de la pesca.

Considerábamos que estábamos en un contexto en que las administraciones, las propias cofradías, los biólogos pesqueros y los economistas especializados en economía de la pesca, coincidían en que era necesario en Cataluña, ir hacia un modelo de pesca que garantizase los parámetros de calidad que pide la UE, y que permitiese, en consecuencia el reconocimiento internacional de sus capturas. Además, dada la globalidad del mercado, entendíamos que la pesca costera solo podía competir en calidad, en relación a las importantes capturas que se realizan en otros ecosistemas marinos más lejanos. Caladeros, que no podemos olvidar en la práctica están comercialmente cada vez más próximos debido a las nuevas tecnologías implementadas en el sector del transporte y de las telecomunicaciones.

Supusimos que los agentes sociales y económicos relacionados con la pesca sabían que un elemento imprescindible para la competitividad del sector es su introducción en el uso de la telemática. En la actualidad, diferentes indicadores muestran que, a corto plazo, la consolidación en la economía pesquera de las redes de la información implicará una competitividad virtual que hará imprescindible la homologación, con criterios de calidad, de las pescas de las cofradías costeras con mercados de otros estados de la comunidad europea. De hecho, el cibermercado de la pesca es ya una realidad en ciertos ámbitos europeos. Considerábamos, y bien que ese cibermercado se extendería sobre nosotros sin darnos cuenta, si no se hacía nada para avanzar a los acontecimientos.

El objetivo del proyecto era el diseño y ejecución de una experiencia piloto de control de calidad y comercialización del pescado. Tuvo como promotores a los Ayuntamientos de Blanes y Vilanova y la Geltrú, como contratistas a sus respectivas cofradías y busco la colaboración de la Dirección General de Pesca Marítima, para conseguir los siguientes *objetivos instrumentales*:

- *La evaluación* de la situación de la pesquería de la sardina y la anchos en estas localidades, empleando *instrumentos económicos, ambientales y sociales*.
- *La realización de una campaña de comunicación ambiental*, por parte de los dos municipios, entre sus ciudadanos y sus asociaciones (empresariales, sindicales, de consumidores, ambientalistas, etc.), donde se *divulguen los objetivos y los futuros resultados de esta experiencia piloto en Catalunya* y se ponga énfasis en la necesidad de introducir los criterios de sostenibilidad en el tratamiento de los recursos naturales.
- *El diseño de un sistema telemático, el Fish Market*, que permita la creación de un mercado en el que se ofrezca un producto homologado y donde tanto el comprador como el vendedor tengan, en tiempo real información sobre la oferta y la demanda.
- *La demostración* de los servicios que el *Fish Market* prestará a los pescadores, en la propia cofradía, a los compradores y en general a toda la población consumidora de pescado

Los resultados que se esperaban eran:

¹ Las personas que con una gran experiencia en sus especialidades y volcando mucho esfuerzo y tiempo desarrollaron técnicamente esta iniciativa fueron Pere García (IIIA), Xavier Fusté (CSIC), Jordi Lleonart (ICM-CSIC) y yo mismo.

- *La homologación*, a partir de los indicadores biológicos y ecológicos obtenidos, de la *pesquería de sardina y anchoa como de calidad*. Este hecho, puede permitir conseguir, de la UE, la denominación de origen Blanes –Vilanova para esta especie de gran consumo entre la población.
- *La introducción de la subasta telemática electrónica* en dos lonjas de Cataluña, Blanes y Vilanova como experiencia piloto. Opcionalmente, y a criterio de la cofradía y de los pescadores el software-Fish Market- también se puede adaptar a los buques y barcas de pesca.
- *La formación de los pescadores y del personal administrativo* de las cofradías en el uso del Fish Market, y en aspectos logísticos ligados a la nueva situación de tratamiento, venta y comercialización del pescado
- *El diseño*, a partir de los indicadores pesqueros, ambientales, económicos y sociales elaborados, *de un modelo sostenible de las pesquerías de sardina y anchoa* por estos dos puertos del Mediterráneo.
- *El aumento de la cultura medioambiental de la población* de ambos municipios, a partir de la divulgación de un proyecto impulsado por los dos respectivos Ayuntamiento
- *Situar a Blanes y Vilanova como punta de lanza de un proceso técnico ambiental y económico*, que, a medio plazo, se puede extender por otras ciudades y pueblos costeros de Cataluña.
- Finalmente, se suponía como efecto del *conocimiento de la demanda de pescado desde la propia barca*, que la cantidad rechazada por el pescador y lanzada al mar (práctica habitual) disminuyera, lo que debía contribuir a *racionalizar la extracción, optimizar la producción y respetar el medio*.

Un sistema de este tipo estaba muy relacionado con la gestión. Por una parte una gestión correcta es fundamental para asegurar la sostenibilidad de los recursos, la producción y el consumo, por otra parte las decisiones de gestión requieren información. El paso al comercio electrónico puede contribuir a perfeccionar la información disponible si la administración tiene control del proceso, pero puede facilitar mayores fugas de información si se rompen los vínculos entre proceso comercial y administración pesquera.

Aunque, en Cataluña, no se ha producido aún ninguna catástrofe pesquera, en nuestra comunidad la pesca muestra síntomas inequívocos de sobreexplotación de algunas de las especies más importantes, tal como ponen de manifiesto diferentes estudios realizados por diversas instituciones (Dirección General de Afers Marítims de la Generalitat de Catalunya, Instituto de Ciencias del Mar del CSIC, Facultad de Económicas de la Universidad de Barcelona). Para prevenir posibles crisis, a medio plazo, del sector pesquero se entendía que este tipo de proyecto precisaba de una estrecha colaboración entre las administraciones, el sector y los asentadores.

El proyecto se desarrolló a partir de la iniciativa de los Ayuntamientos de Vilanova y Blanes que solicitaron el diseño de un proyecto que permitiera mejorar la situación del sector pesquero local. Se pretendía desarrollar en las Lonjas de estos pueblos de forma piloto un proceso de subasta virtual, que ampliara la demanda. Se pretendió basarlo inicialmente en el comercio del pescado azul (mercado de las mañanas) para simplificar al máximo el desarrollo en la fase experimental. Se pretendía buscar el financiamiento europeo bajo la iniciativa de la Generalitat, para hacer viable la implantación de Interfish en un plazo reducido de tiempo.

Las áreas del proyecto

El diseño del proyecto se articulaba en tres grandes áreas: establecimiento de estándares de calidad, descripción y etiquetaje del producto, desarrollo de un sistema de lonja electrónica telemática y finalmente asegurar la viabilidad económica del sistema. Examinemos como se encararon en grandes rasgos estas tareas.

a) Establecimiento de estándares de calidad, descripción y etiquetaje del producto.

Este ámbito del proyecto se reservaba a un análisis básicamente biológico por parte del ICM que debía establecer las formas de medir la calidad del pescado y su descripción. Se buscaba una descripción del producto precisa, minuciosa y completa, pero también fácil de visualizar para el comprador telemático. Se consideraba por tanto que esta debía cumplir las siguientes condiciones para poder entrar en la subasta Fish Market.

- El producto se debía colocar en cajas monoespecíficas (o sea, una sola especie por caja).
- Debía procurarse que el contenido de cada caja fuera uniforme en cuanto a medida.
- Se etiquetaría separadamente cada caja, y una vez etiquetada será precintada.
- La cofradía certificaría el etiquetaje y se responsabilizaría del precinto.
- La etiqueta podría ser exhibida por el detallista junto con el producto como señal de calidad.
- El pescado que no fuera certificado por la cofradía no podría entrar en el canal de venta por internet (aunque se vendiese en la misma lonja).

Elementos que debían aparecer en la etiqueta

- Fecha de captura.
- Nombre de la barca que ha realizado la captura.
- Nombre del puerto de desembarco
- Nombre de la lonja que emite la etiqueta
- Arte de pesca con que se ha realizado la captura.
- Nombre científico de la especie, de acuerdo con los estándares del FNAM o de la FAO
- Nombre vulgar de la especie en la zona de pesca
- Manera como se ha conservado el pescado a bordo (nevera, hielo,...)
- Manera como se ha conservado el pescado en las dependencias de la lonja
- Medida de los ejemplares contenidos en la caja. En el caso de pescado azul (especialmente sardina y anchoa) la medida se dará en “grano” (o sea, número de ejemplares que entran en un kilogramo). En caso de pescado blanco hay que definir otras categorías.
- Pesos (bruto y neto).
- Indicador sintético de calidad.

Como se observara la mayor parte de esta información ya es procesada de forma automática, debiendo desarrollarse de forma novedosa el último indicador.

b) Desarrollo de un sistema de lonja electrónica telemática

Esta tarea debía ser cubierta por el IIIA. De hecho este instituto ya había desarrollado experimentalmente un prototipo, que se proponía adaptar a las circunstancias específicas del proyecto. Se trataba del FishMarket (FM0.9). FishMarket era un proyecto de investigación del Instituto de Investigaciones en Inteligencia Artificial (IIIA), que depende del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en el que se exploran las instituciones tradicionales de comercio, como las Lonjas de pescado, para proponer innovaciones tecnológicas que puedan ser utilizadas en el campo del comercio electrónico.

En particular, el prototipo FM0.9 es una casa de subastas en la que se pueden subastar cualquier tipo de bienes de acuerdo con convenciones de subasta muy parecidas a las que se utilizan en las lonjas de pescado tradicionales. FM0.9 se basa en las convenciones de subasta utilizadas en la Lonja de Blanes. Desarrollado inicialmente por investigadores del IIIA, a su desarrollo (que va más allá del comercio pesquero) se han añadido investigadores del Queen Mary's and Westfield College de la Universidad de Londres, de la Universidad de Bath y del Centro de Cibernética de Nápoles.

FishMarket es una casa de subastas virtual, en que compradores y vendedores se coordinan para intercambiar bienes siguiendo un procedimiento sumamente estructurado y aparentemente sencillo.

Aunque estas convenciones de intercambio han evolucionado a través de siglos y actualmente se utilizan en instituciones comerciales para intercambiar bienes y servicios de una gran diversidad, hoy están dando un salto cualitativo con la irrupción del comercio electrónico. Efectivamente, el Comercio Electrónico, gracias en gran medida a la existencia de Internet, está introduciendo nuevas formas de intercambio de bienes y servicios. Pero la problemática esencial del comercio: como atraer a los clientes, como encontrar los productos que el comprador desea, como identificar buenas ofertas, subsisten; por más que las condiciones de volumen, velocidad o proximidad pueden llegar a ser radicalmente distintas.

Desde esta perspectiva se consideró que tenía sentido examinar aquellas instituciones tradicionales que han probado su utilidad durante siglos y considerar su adaptación a las nuevas condiciones del comercio electrónico. El caso de las lonjas de pescado es interesante por diversos

motivos. Una razón bastante obvia es que las reglas que la Lonja impone a los compradores para participar son objetivamente claras y simples, y es por tanto relativamente sencillo desarrollar programas que satisfagan estas normas y que permitan a la vez interactuar con ellos tanto compradores humanos como "agentes software" que actúen en nombre de un comprador humano. Lo que ya no resulta tan sencillo, pero sí sumamente interesante desde un punto de vista técnico, es construir unos agentes software que participen en una subasta y compren "inteligentemente y de forma autónoma" de acuerdo con las instrucciones que reciban de sus propietarios. La construcción de "agentes software" es uno de los temas de investigación del IIIA-CSIC.

El comercio electrónico de pescado desde la perspectiva de una lonja virtual le conferiría las siguientes ventajas respecto a una lonja tradicional:

- El acceso a la misma de un comprador desde cualquier ordenador conectado a Internet. Por tanto, esto ampliaría el número de compradores que podrían acceder a la misma. (No presencia)
- La participación de un mismo comprador en diversas subastas al mismo tiempo. (globalización)
- Participación de pequeños compradores (pescaderías) ya que no tienen necesidad de desplazarse (diversificación).
- Mayor control del mercado y de los precios que la lonja impone.
- Modernización y recalificación de los puestos de trabajo de una lonja.
- El acceso a la subasta desde un teléfono móvil con la nueva tecnología WAP (Wireless Application Protocol)

El mérito de FM0.9 sería el de garantizar la equidad en una subasta a la baja, a una velocidad equivalente a la de una lonja, pero en la que, además de compradores humanos, pueden participar compradores automáticos (compradores software). Adicionalmente, se disponía asimismo de dos prototipos de aplicaciones complementarias: una serie de herramientas informáticas para realizar el registro y la auditoria de las subastas (FM97.6) y un banco de pruebas para compradores de pescado (FM97.7).

En la construcción de una lonja electrónica surgen también, de manera natural, una serie de consideraciones que tienen que ver con el grado de confianza que el proceso de compra electrónica puede inspirar, por tanto hay que considerar como establecer las garantías y salvaguardas apropiadas para que este tipo de comercio resulte práctico.

Algunas de estas garantías están relacionadas con el desarrollo técnico de la casa de subastas electrónicas que se proponía, por ejemplo se puede conseguir en una subasta vía Internet que todos los compradores tengan el mismo tiempo para considerar una oferta, y por tanto la misma oportunidad de hacer ofertas.

Otras tienen que ver con la forma como los agentes externos intervienen en una subasta:

- ¿Podría un agente comprador hacerse pasar por otro comprador y obligarlo a pagar un bien que no deseaba adquirir?
- ¿De qué forma los bienes a vender son presentados para que todos conozcan que se está subastando?
- ¿Cómo se hace cumplir los compromisos de entrega o de pago de estos bienes?

A partir del FM0.9 se pretendía crear una "institución virtual" en la que, aprovechando una red pública y abierta de comunicación, como es Internet, se crea un recinto virtual donde se pueden llevar a término transacciones privadas bajo las normas estrictas que impone la propia casa de subastas. Pero más aún, garantizando, entre otras cosas, la velocidad, la equidad y la insuplantabilidad.

Se quería por otra parte establecer un diseño abierto que permitiese en el futuro (con el aumento de la velocidad por la red) nuevos desarrollos, por ejemplo la visibilidad del producto mediante el uso de Webcams. Esto comportaría una mayor circulación de información y también una pérdida de fiabilidad respecto a la visión del producto directamente en la lonja.

El prototipo ya desarrollado daba una indicación de la complejidad técnica que supone la adaptación de una institución tradicional al mundo del comercio electrónico, pero también indicaba que eso es posible, y que las ventajas competitivas derivables de estas innovaciones están al alcance.

En cuanto a las características técnicas de FM0.9 podemos decir que se trata de una casa de subastas electrónica, codificada en Java que incluye los procesos de registro de compradores, las consiguientes fases de habilitación y actualización de crédito, así como los procesos de pago y entrega de

bienes correspondientes. También incluye los procesos de registro de vendedores, recepción de bienes y liquidación de ventas. El proceso de subasta propiamente dicho cumple las convenciones de subasta a la baja con una gran minuciosidad haciendo las adecuaciones necesarias para garantizar ordenes equitativas y ágiles en Internet. Todos estos procesos permiten actualmente la participación de compradores tanto humanos como automáticos sin ninguna diferencia.

Respecto a los entornos complementarios, FM97.6 permite hacer una auditoria de todas las interacciones que se realizan dentro de la casa electrónica de subastas. Esta capacidad puede utilizarse, tanto para garantizar el apropiado funcionamiento del sistema, como para evaluar el comportamiento de compradores y vendedores. Finalmente para facilitar una experimentación sistemática tanto con las condiciones de subasta (velocidad, niveles de crédito, precios iniciales, precios de retirada, etc..) como con los participantes, se construyó el entorno FM97.7 de diseño de experimentos y torneig.

Aún así el FM0.9 era tan solo un prototipo demostrativo, para su utilización comercial requería de modificaciones substanciales en los aspectos de criptografía, transacciones económicas prácticas y adecuación al tipo de bien que se quiera subastar, etc. que debían cubrirse en el proyecto propuesto.

La información técnica del proyecto FishMarket así como las publicaciones científicas derivadas del proyecto se encuentran disponibles en: <http://www.iiia.csic.es/Projects/fishmarket>.

c) Asegurar la viabilidad económica del sistema

Era evidente, que la pura innovación informática resultaba insuficiente y que algunas de las consideraciones mencionadas comportaban necesariamente, un tratamiento legal o administrativo e incluso de marketing. El proyecto debía resolver diversos problemas desde la perspectiva económica. Este parte fue asumida por el Gabinete de Economía del Mar, se trataba de establecer los mecanismos que permitiesen:

- convencer a los actores de la importancia del proyecto, es decir pescadores, comerciantes, consumidores y administración
- analizar la viabilidad de la estructura comercial informática y como se relaciona con lo existente, para proponer los términos de acuerdo y pacto entre los actores que hicieran posible la viabilidad de INTERPEIX
- resolver los problemas de logística que el sistema supondría
- establecer los sistemas de control de calidad que garantizaran la supervivencia del sistema y su expansión.
- examinar las vías de implantación del sistema, el impacto sobre la ocupación y la resolución de los problemas de formación.
- establecer un sistema de descripción, vinculado a las nuevas formas de etiquetaje, que suministrara de manera sintética, la información relevante para el comprador.

Las ventajas que el sistema ofrece se basan en la rapidez y conectividad que el sistema supone para la venta de los productos pesqueros. Con él, un producto que necesita una máxima velocidad de intercambio (por su corta vida y rápida pérdida de valor), pasaría de los productores a los consumidores de manera transparente y con los mínimos costos de transacción.

Actualmente las lonjas catalanas, excesivas en número para el volumen comercial de giro, presentan para los pescadores, una situación de mercados con pocos demandantes que provocan caídas de precios y falta de ventas (retirada de productos). Por su parte los intermediarios soportan un alto coste de presencia simultánea en muchos mercados, presencia que no soluciona la falta de información en tiempo real por la dificultad de operar simultáneamente en muchas lonjas, de manera que frecuentemente el comprador no encuentra todo lo que necesita y soporta unos altos costes de presencia simultánea en muchas lonjas. Finalmente el consumidor recibe las consecuencias de tantas pérdidas (retirada, costosa transacción por intermediarios, falta de productos en los mercados finales, etc.) con precios más altos y dificultades para encontrar lo que quiere.

El reto de la constitución de lonjas virtuales en el mundo del pescado, con la disposición de la tecnología actual, es solo una cuestión de tiempo. El problema estriba en saber desde donde se hará. Si a partir del sistema actual (las lonjas y la administración) o desde grandes compañías internacionales, que podrían rebasar el control actual de la actividad pesquera. En función de la capacidad y de la iniciativa de los diferentes actores la solución será local y de calidad o global, cuantitativamente importante, pero

negativa para la economía de nuestros pescadores y a medio plazo para intermediarios, comerciantes y población consumidora en general.

Es evidente que la atomización del mercado catalán ofrece ventajas importantes para el cambio de sistema (hay ganancias potenciales importantes para todo el mundo) pero la peculiaridad del pescado de la costa catalana (fresco y diverso) hace más difícil su implantación práctica. Por ello se consideró imprescindible el impulso de la administración (y en especial de los programas europeos vinculados a la PCP) para que resultara viable su desarrollo a corto plazo.

Se diseñó un sistema de implantación a partir de los actuales actores, asumiendo conservar las características fundamentales de la gestión actual, de manera que el nuevo sistema permitiera mantener una parte importante de las decisiones en manos de los pescadores a través de las cofradías, a partir de:

- La fijación inicial de precio
- La fijación del precio de retirada
- La orden de entrada en la subasta
- El derecho a participar (admisión de compradores –solvencia- y vendedores –cumplimiento de los acuerdos locales-)
- La retención de los porcentajes de comercialización.

La implantación del proyecto piloto, pretendía en todos los supuestos, garantizar los actuales derechos de los compradores a partir de la coexistencia del sistema actual con el virtual.

Suponía también implantar una lonja virtual que tuviera garantías de transparencia (que puede ser auditada para garantizar que vende al mejor postor) y de veracidad (que la información que ofrece sobre el producto es real).

Otro aspecto que implicaba el proyecto era resolver la viabilidad financiera de la lonja virtual. Si el tráfico es suficiente, la viabilidad puede quedar cubierta hasta por la participación exclusiva en el coste de la conexión telefónica. Sin embargo, dada la dimensión inicial del proyecto, eso no era inicialmente viable sin el desarrollo de una etapa experimental en que permitiese un volumen suficiente de tráfico que cubriera los costes de conservación y desarrollo del sistema virtual: gastos de mantenimiento, gestión, reparación y control de calidad.

Por tanto, el proyecto debe contemplar el análisis de costes del sistema y sus vías de financiamiento, para que sea autosuficiente.

La aplicación del sistema suponía el desarrollo de nuevas actividades en relación con la logística del transporte de las compras telemáticas. El proyecto tenía que resolver e interesar a nuevos actores para cubrir estas nuevas necesidades.

La garantía de la calidad es una parte fundamental de este tipo de sistemas. Solo con una clara vinculación entre descripción de la oferta y contenido será sostenible la venta virtual. Para que esto fuera posible, era necesario asegurar que las cofradías que efectuarían una descripción ajustada a la realidad y no cediesen a la presión del pescador/vendedor. Se proponía establecer un sistema de control aleatorio que informara sobre la calidad de cada cofradía y de cada barco en la descripción de su oferta. El mecanismo de control se ampliaría con las reclamaciones de los compradores sobre el producto adquirido. La gestión del sistema de calidad debía ser una parte fundamental del sistema INTERPEIX y debía incluirse entre sus costes.

Se entendía que dentro del proceso de implantación tenían que desarrollarse diferentes medidas, de manera que asegurasen el éxito del proyecto. Entre estas, el desarrollo de un plan de formación que se podía desarrollar a partir de programas de formación concertados con los sindicatos. Se trataba de desarrollar la capacidad de los trabajadores que iban a cubrir nuevas tareas: mantenimiento informático, etiquetaje, conservación y transporte.

El efecto previsto

Las subastas en Internet son un fenómeno ya bastante extendido para algunos productos, especialmente en el ámbito de los productos financieros. Una subasta de pescado debía resolver problemas como:

- a) la identificación del producto, mediante indicadores sintéticos de frescura, tamaño, etc.

- b) la logística del producto vendido
- c) la simultaneidad perfecta de las transacciones
- d) el control de calidad
- e) la solvencia de los compradores

Todos estos problemas se abordaron de forma muy creativa, preparando programas de trabajo encarados a resolverlos.

Por ejemplo, como ya se ha señalado, se pretendía desarrollar de acuerdo con criterios biológicos, un sistema de indicadores sintéticos, que permitieran conocer la información relevante de interés económico de cada partida comercializada de manera virtual.

El desarrollo del proyecto hubiese significado una reconversión de los asentadores en servicios logísticas, una simplificación de los procesos comerciales, una aumento de garantías para el consumidor, la mejora de los problemas de garantía de solvencia de los compradores, hubiera asegurado a la administración un flujo de información fundamental para la gestión, etc.

Hubiera significado el desarrollo de un nuevo tipo de empleo en tierra asociado a la logística, transporte y conservación, hubiera reducido costes para los asentadores y aumentado los precios a los pescadores.

Se trataba de un proceso en que todo el sector mejoraba. Nadie expreso reservas sobre la ventajas que podían obtener y todos los participantes eran conscientes de su potencialidad: Ayuntamientos, Generalitat, Cofradías, etc. ¿Qué es lo que llevo a aparcar ese proyecto?

Las razones de la congelación del proyecto

Una primera razón la hallamos en la atomización del sector. Demasiadas Lonjas para la producción potencial de Cataluña. Esto ciertamente incrementa la necesidad, pero dificulta su desarrollo y viabilidad inicial. De hecho las dos cofradías que inicialmente dieron respaldo al proyecto pretendían asumir ciertos riesgos, para acceder a ventajas comparativas (llegar con cierta antelación al mercado virtual).

La visión de la administración autónoma (a diferencia de la municipal) era otra. Si se había de lanzar un proyecto de ese tipo, era mejor contar con todos los puertos más importantes del tipo de pescado con el que se quería empezar (pescado azul). Esa posibilidad ya no era interesante para los puertos que habían presentado la iniciativa, porque perdían la ventaja del despliegue inicial.

Por otra parte la administración tenía otras prioridades en ese momento, como el asegurar la aplicación del etiquetaje y la gestión del control de las hojas de venta. Además en un área como Cataluña, se entendió que el bajo volumen de la producción respecto el consumo, hacía poco prioritario el desarrollo de las propias ventas, porque ya disponen de una demanda suficiente. Por ello la Administración sin oponerse al proyecto, decidió que no era su prioridad.

Aún así se acepto dar respaldo ante Bruselas al proyecto, si el sector aceptaba asumir también responsabilidades. Estas responsabilidades eran parcialmente financieras, pero sobre todo de liderazgo. La administración no quiso convertirse en el potencial culpable de cualquier problema y por tanto quería que quedase muy claro que la iniciativa no era suya.

En ese punto nos encontramos con el mayor problema. Un sector con aversión al riesgo, que no asume responsabilidades ni planifica el futuro. Desde las Cofradías se pretendió todo lo contrario de lo que se les proponía. Desarrollarían el proyecto si alguien (Generalitat, Ayuntamientos, Bruselas) les garantizaba una estabilidad de ingresos en el proceso de introducción y cubría todos los costes de implantación. Es más se solicitaba una prima para soportar los cambios.

El resultado final, lógicamente, fue la paralización del proyecto que ha quedado sobre el papel. Ahora bien los problemas siguen aquí. El sector de perder un tren para controlar la venta de su producción local y poder asegurar la transparencia de la venta de sus productos. La administración se está ubicando en una posición en que aumenta cada día la probabilidad de que las primeras ventas encuentren caminos (portales) sobre los que no ejerce ningún tipo de control, ni le va a llegar ningún tipo de información fiable.

Sin duda nuestro error fue preparar un proyecto de este calibre, dirigido a una franja marginal de la pesca española. Quizás sea el momento de plantearse la viabilidad, de esta línea de acción en otros

ámbitos de la pesca española, instituciones como el FROM podrían ser las más adecuadas para dirigir y gestionar propuestas de este tipo.