

FUNDADO POR A PERIODISTA MEYLING TANG Y LA CHEF PAULA BÁEZ:

La fábula de Tres Peces, el restaurante porteño que “no podía hacer innovación”

Siete años cumplirá en marzo este emprendimiento que, desde el inicio, decidió ser mucho más que un local de comida. Aprendiendo de la historia, haciendo I+D y con alianzas desde mariscadores y algebras hasta cines, se ha convertido en un actor clave para promover la pesca responsable. **MANUEL FERNÁNDEZ B.**

Al inicio de la pandemia, en la desesperación de tener que cerrar, sin experiencia en *delivery*, con deudas y un equipo de 29 personas, las fundadoras del restaurante Tres Peces dieron rienda suelta a su creatividad. La chef Paula Báez tenía la idea de convertir el bique de jaiba, una sopa concentrada que era uno de los secretos del sabor del local, en un producto comercializable. Pero para dar el paso, necesitaban postular a fondos públicos de innovación para, por ejemplo, estudiar su composición nutricional.

Decidieron postular y recibieron un portazo. Seguras de la calidad de su idea, que aprovechaba partes del crustáceo que se suelen desechar, golpearon puertas hasta saber las razones del rechazo. Hasta que un funcionario que había analizado su postulación les dijo: “Un restaurante no puede hacer innovación”, recuerda la segunda fundadora, la periodista Meyling Tang.

EL CAMINO DIFÍCIL

No debe haber sido fácil de asimilar, considerando que ambas justamente habían ideado Tres Peces como un proyecto para innovar. Tang por años trabajó en instituciones públicas ligadas al mar y su frustración por ver que las riquezas que extraían los pescadores, mariscadores y algebras no llegaban al consumidor masivo le hizo dar un giro a su carrera.

Así, junto a Esperia Bonilla, Griselida Iñabey y Claudio Barrientos formó la fundación Cocinamar, con foco en apoyar la pesca sostenible y dar a conocer más recursos que la trilogía reineta-salmón-merluza.

“Hacíamos talleres, degustaciones y eventos. Y logramos armar una plataforma con fichas para contactar y comprarles a los pescadores que identificamos. Pero notamos que entre los restaurantes y los pescadores había muchas cosas que no conversaban”, relata Tang.

Por ejemplo, que los locales pedían productos que eran escasos o que no estaban en su mejor temporada. Y, por otro lado, los pescadores tenían acceso a otros recursos que no eran demandados. Y eso la llevó a unirse con Báez y abrir Tres Peces en el cerro Concepción en marzo de 2018. La propuesta era arriesgada: demostrar que podían tener éxito con un menú que cambia cada día en función de los productos que se extrajeron ese día, sin papas fritas, sin menús de niños, sin reserva de mesas y sin reineta, salmón ni merluza. Y, además, comprando responsable, sin intermediarios y pagando en el día a sus proveedores.

La respuesta del público fue casi inmediata: desde el segundo mes, el local se llenaba.

“Esto no funcionaría para alguien muy estructurado, pero la gente lo entendió. Vio que aquí podía degustar nuevos sabores o recordar sabores que no había probado en años”, dice Tang. Así, su mesa empezó a sumar productos como las navajuelas de Corral y del golfo de Arauco; jurel, vidriola y salmónete de Juan Fernández, o las ostras de Coliumo y Ancud. Todo con su lugar de origen detallado, recuperando lo que se hacía históricamente, desde los tiempos de la visitadora Mary Graham a Chile.

“Y subimos fotos al Instagram (@trespecesvalparaíso) y otros restaurantes empiezan a contactar a los pescadores y les dicen ¡por qué les vendes eso o las chiquillas y a mí no me lo ofrecen?”, comenta Tang.

Por todo eso,



El equipo del restaurante, ubicado en el cerro Concepción.



Meyling Tang y Andrea Báez, las fundadoras del proyecto.



La Pescadería Móvil es la más reciente innovación de Tres Peces. Abajo, una muestra de sus desarrollos gastronómicos.

cuando les dijeron que un restaurante no podía innovar, las marcó. Pero no las deturmbó: si no podían solas, se aliaron con el centro porteño CREAS, especializado en I+D para la alimentación, y volvieron a intentarlo.

Esta vez no solo se adjudicaron los fondos, sino que obtuvieron el mejor puntaje a nivel nacional. Y eso les incentivó a desarrollar un proyecto tras otro, proponiendo nuevos envases y nuevas conservas. Ahora aspiran a producir calugas de pescado, una alternativa saludable a los nuggets.

Pero lo principal, subraya Tang, es que al igual que con Tres Peces, lograron probar que estos desarrollos podían tener demanda de los consumidores. “Al final, lo principal que hemos logrado es generar modelos de negocio para poder conectar la pesca artesanal con los restaurantes y los domicilios. Al final, si las personas no compran, por muy bonito que sea el proyecto, no tiene impacto”, afirma.

Para eso, se convencieron, había que motivar al público y recurrir a la historia para inspirarse.

Imitando los clubes de ostras que había en Santiago y Valparaíso a inicios del siglo pasado, decidieron hacer el proyecto “Que vuelvan los salones de ostras”. Se aliaron con el cine *Insomnia* y el teatro Comedell para ofrecer balsas de ostras a sus asistentes después de las funciones. Para el 7 y 8 de marzo, por el Día de la Mujer, replicarán la experiencia en el palacio Baburizza y en restaurantes y cafés que decidieron plegarse.

Otra forma de acercarse al cliente final es la iniciativa pionera Pescadería Móvil (@pescaderiatrespeces). Se trata de un furgón equipado para repartir pescados, algas y mariscos frescos (incluyendo pejerrey, buפו, ulte y otros) a restaurantes y domicilios, que hoy despacha en toda la Zona Central. Esto implicó un cumplir estrictos protocolos sanitarios y una certificación de Sermapesca.

“Nos inspiramos en una iniciativa que hubo en Valparaíso en los años 70 para vender merluza”, cuenta Tang, quien explica que esto permite reformular el modelo de negocios de las pescaderías que tienen el pescado fresco en vitrina, que produce muchas mermas, y también reducir la cantidad de intermediarios entre el pescador y el consumidor, que en promedio es de seis actores. Lo que encarece el producto.

“Es un proyecto que nos tiene muy orgullosos, porque no es innovador solo para Chile. El año pasado, nos invitaron a dos cumbres internacionales en México y fuimos premiadas por la pescadería móvil”, relata Tang.

Y añade la reflexión que resume la historia de Tres Peces: “Hoy sabemos que hay más interesados en consumir productos del mar que lo que pensábamos. Aquí hay un negocio sostenible no solo por las buenas prácticas, sino porque optamos por productos de calidad y tenemos como socios a los proveedores. La clave es que la gastronomía tiene que aprender a adaptarse. No hay un tipo de pescado que se dé bien todo el año”.

