



# Consumo responsable de pescado

Avances y asignaturas pendientes de los grandes distribuidores

Octubre 2010

GREENPEACE

[www.greenpeace.es](http://www.greenpeace.es)

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>CONSUMO DE PESCADO: TRES AÑOS DE TRABAJO EN ESPAÑA</b>	<b>6</b>
<b>LIDL</b>	
<b>Carrefour</b>	
<b>Alcampo</b>	
<b>Ersoki</b>	
<b>Mercadona</b>	
<b>El Corte Inglés</b>	
<b>LISTA ROJA DE GREENPEACE DE ESPECIES PESQUERAS</b>	<b>8</b>
<b>FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS</b>	<b>10</b>
<b>RETIRADA DE ESPECIES DE LOS MOSTRADORES CONSECUENCIAS EN EL MAR</b>	<b>12</b>
<b>¿SOLUCIONES?</b>	<b>14</b>
<b>Acuicultura: un reto de sostenibilidad</b>	
<b>Mejoras en etiquetado</b>	
<b>Sistemas de certificación: fiabilidad cero</b>	
<b>Apoyo a la pesca sostenible</b>	
<b>RETOS FUTUROS</b>	<b>16</b>
<b>DEMANDAS DE GREENPEACE A LOS SUPERMERCADOS Y GRANDES SUPERFICIES</b>	<b>18</b>

**imagen portada** © GREENPEACE/ PEDRO ARMESTRE

**Autoras** PALOMA COLMENAREJO FERNÁNDEZ, ELVIRA JIMÉNEZ , CAT DOREY Y NINA THÜLEN

**Edición** MARTA SAN ROMÁN, ISABEL RIVERA RUIZ

**Diseño y maquetación** REBECA PORRAS

GREENPEACE AGRADECE EL TRABAJO LLEVADO A CABO EN TODO EL MUNDO POR LAS DISTINTAS OFICINAS DE LA ORGANIZACIÓN Y MUY ESPECIALMENTE A LOS GRUPOS LOCALES, QUIENES HAN DIFUNDIDO Y AYUDADO EN ESTE PROYECTO DE APOYO A LA PESCA SOSTENIBLE. TAMBIÉN A AQUELLAS PERSONAS QUE NOS HAN APOYADO DE MANERA INDIVIDUAL, A LOS GRUPOS AMBIENTALES Y A AQUELLOS SUPERMERCADOS, PRODUCTORES, DISTRIBUIDORES Y PROVEEDORES QUE HAN MARCADO LA DIFERENCIA Y ESTÁN HACIENDO POSIBLE UN FUTURO SOSTENIBLE DE NUESTROS OCÉANOS, EMPEZANDO POR LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO SOSTENIBLE.

IMPRESO EN PAPEL 100% RECICLADO POSTCONSUMO Y TOTALMENTE LIBRE DE CLORO





# 1. Introducción

Nuestros mares y océanos están en crisis. La sobrepesca, la contaminación y el cambio climático están llevando al límite a muchas especies y ecosistemas marinos, y ponen en riesgo el modo de vida de muchas comunidades que dependen de ellos.

El inicio y el desarrollo de la pesca industrial hace seis décadas y el continuo aumento de la demanda de consumo de pescado ha supuesto que, en la actualidad, más del 75% de los *stocks* pesqueros estén totalmente explotados, sobreexplotados o agotados<sup>1</sup>. Esto se debe, en gran medida, a la sobrecapacidad de las flotas pesqueras, a la pesca ilegal, No Declarada, No Regulada (INDNR) y a los métodos de pesca destructivos y no selectivos. La ecuación es sencilla: el número de barcos y su capacidad es mayor que la cantidad de peces en el mar.

Según el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, en España se consumen más de 34 kilos de pescado por persona y año<sup>2</sup>. Esta cifra es una de las más altas en Europa y en el mundo, por lo que nuestro apetito es uno de los más insaciables y de los que mayor huella ecológica tiene.

Tras agotar los caladeros en aguas cercanas, las flotas pesqueras españolas, europeas y de todo el planeta se han ido trasladando a aguas de terceros países cuyos recursos marinos se encontraban aún en buen estado. Se trata, generalmente, de países con pocas posibilidades de llevar a cabo una vigilancia efectiva de sus propias aguas y cuyas comunidades locales, que dependen de la pesca como alimento y fuente de ingresos, sólo pueden ver cómo la sobrepesca y la pesca ilegal invaden sus aguas. Estos ejemplos los encontramos en el saqueo de las aguas de África occidental<sup>3,4</sup>, en las aguas del Pacífico<sup>5</sup> y del Índico. Países como Bangladesh, Indonesia, Vietnam, Ecuador, Senegal o India, con altos índices de desnutrición, figuran, sin embargo, en la lista de los 40 principales exportadores de productos pesqueros<sup>6</sup>.

El papel de los consumidores y de los supermercados es esencial para que nuestro consumo sea cada vez más sostenible y para presionar a los gobiernos para que tomen medidas urgentes que garanticen el futuro de la pesca. Cuando comenzó el trabajo de la campaña de consumo de pescado de Greenpeace, el 70% del pescado consumido en España, tanto fresco, como congelado y en conserva, se compraba en las grandes superficies<sup>7</sup>.

Greenpeace considera que estos importantes puntos de venta deben asumir su responsabilidad y liderar un cambio del sector hacia la comercialización de pescado obtenido de forma sostenible y cesar la venta de especies en peligro o capturadas con métodos destructivos. Se debe avanzar hacia la venta exclusiva de pescado sostenible, es decir, que provenga de poblaciones no sobreexplotadas y que el método utilizado permita seguir desarrollando la actividad en el futuro.

Los consumidores tienen derecho a saber qué llega a su platos, de dónde viene, cómo se ha capturado, de qué especies se tratan y tener la confianza y la certeza de que el pescado que compran sea legal. A pesar de lo que piensan muchos responsables y directores de los grandes supermercados, los consumidores sí se preocupan por la sostenibilidad de los productos que adquieren y cuanto más información esté disponible, mayor será la confianza en sus puntos de compra.

Tras el éxito en Reino Unido, donde Greenpeace comenzó esta campaña en 2005, se puso en marcha un proyecto internacional en distintos países con una dinámica similar en todos ellos. Éste consiste en que, tras un periodo de investigación y consulta con los distribuidores, Greenpeace publica un ranking en el que evalúa la sostenibilidad de las políticas de compra de productos pesqueros de los principales distribuidores nacionales.

También se publica una *Lista Roja de Especies Pesqueras* nacional. En ella se incluyen las especies que son comunes en la oferta de los supermercados y cuyas poblaciones se encuentran en peligro y/o son capturadas con métodos muy destructivos para el ecosistema marino.

En 2010 la campaña se encuentra operativa a distintos niveles en 21

**// EL 70% DEL PESCADO CONSUMIDO EN ESPAÑA, TANTO FRESCO, COMO CONGELADO Y EN CONSERVA, SE HACE EN LAS GRANDES SUPERFICIES //**

1 FAO (2008). The state of world fisheries and aquaculture (SOFIA). En octubre de 2010 en: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0250s/i0250s.pdf>

2 Ministerio de Medio ambiente y Medio Rural y Marino. 2009. Consumo total de pesca, doméstico y extradoméstico.

3 Marzo 2007. Greenpeace. Testigos del saqueo 2006. Cómo el Pescado Capturado Ilegalmente en Aguas Africanas llega a los Puertos y Mercados Comunitarios. [www.greenpeace.org/espana/reports/testigos-del-saqueo-2006](http://www.greenpeace.org/espana/reports/testigos-del-saqueo-2006)

4 Septiembre 2010. Greenpeace. How Africa is feeding Europe. EU (over)fishing in West Africa. <http://www.greenpeace.org/international/en/publications/reports/How-Africa-is-feeding-Europe/>

5 Octubre 2008. Greenpeace. Plundering the Pacific. <http://www.greenpeace.org/international/en/publications/reports/pacific-plunder/>

6 Smith et al (2010). Sustainability and Global Seafood. Science, 327: 784-786

7 Datamonitor: Meat, Fish & Poultry in Spain to 2010 Market Databook. Reference Code: DBCM0372 Publication date: 03/2007

países: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Dinamarca, España, EEUU, Francia, Grecia, Holanda, Italia, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa y Suecia.

Aunque el trabajo de Greenpeace se ha centrado en los distribuidores, otras partes del sector, como restauradores o pescadores, han puesto en marcha iniciativas y cambios en su forma de trabajar para mejorar la sostenibilidad de la industria pesquera global.

El papel de los grandes distribuidores es fundamental para poder recuperar la salud de los océanos. Además, es necesaria la voluntad de los gobiernos y de los organismos gestores para aplicar las leyes y adaptarlas a la realidad actual, respetar las recomendaciones científicas y aumentar la protección de los mares y océanos creando Reservas Marinas<sup>8</sup>.

**// A PESAR DE LO QUE PIENSAN MUCHOS RESPONSABLES Y DIRECTORES DE LOS GRANDES SUPERMERCADOS, LOS CONSUMIDORES SÍ SE PREOCUPAN POR LA SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE ADQUIEREN //**



8 Septiembre 2010. Greenpeace. Emergency Oceans Rescue Plan. <http://www.greenpeace.org/international/PageFiles/163940/Emergency%20Oceans%20Rescue%20Plan%20FINAL%20LR.pdf>

## 2. Consumo de pescado: tres años de trabajo en España

En España Greenpeace se unió a este proyecto internacional a finales del año 2007 y, desde entonces, trabaja de forma proactiva con distribuidores, supermercados, restaurantes y otros sectores implicados. En los comienzos de la campaña, ninguna de las seis principales grandes superficies (LIDL, Carrefour, Alcampo, Eroski, Mercadona y El Corte Inglés) disponía de una política pública de compra sostenible de productos pesqueros. Es más, la mayoría de ellas era la primera vez que oían hablar de los problemas a los que se enfrentaban y enfrentan, en la actualidad, los océanos y la sobreexplotación de especies.

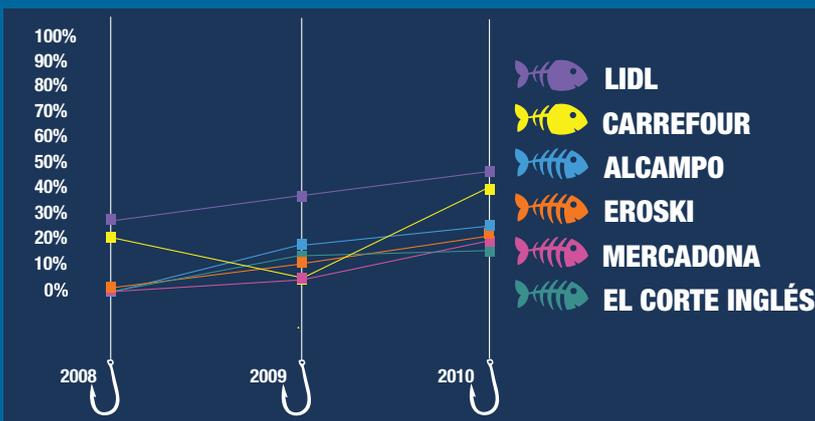
Tras este tiempo de campaña y la publicación de tres rankings<sup>9</sup>, en los que se miden los criterios de sostenibilidad de la venta de pescado, la situación ha cambiado y hay avances en los supermercados, que ya están actuando para proteger los océanos.

**A continuación se muestra la situación actual, los cambios, los avances y los retrocesos de los principales distribuidores y de las grandes superficies en España.**

### Ranking de supermercados

Durante estos tres años de trabajo en España, Greenpeace ha elaborado tres rankings de supermercados, que analizan las políticas de compra y venta de productos pesqueros de los principales distribuidores y grandes superficies en España: LIDL, CARREFOUR, EROSKI, ALCAMPO, MERCADONA y EL CORTE INGLÉS. Para la elaboración se tiene en cuenta diferentes aspectos como que dispongan de una política escrita y pública de compra sostenible de pescado, un buen etiquetado que dé una información completa al consumidor, no vender productos relacionados con barcos y empresas ilegales, el apoyo a proyectos de pesca y acuicultura sostenibles, la no presencia de especies incluidas en la Lista Roja de Greenpeace y cómo se lo comunican a sus clientes.

En el ranking, los supermercados son clasificados según el porcentaje de cumplimiento de los criterios indicados y se les asigna los colores rojo, naranja y verde. En estos tres años, sólo dos supermercados han pasado del espectro rojo al naranja, LIDL y Carrefour, lo que muestra un ascenso de la preocupación por la grave situación de los océanos y que han empezado a asumir parte de responsabilidad.



### ¿Qué significan los porcentajes?

100%



70%

70%



40%



> 70% - verde

Estos supermercados poseen una política aceptable que debe ser respetada y mejorada en el futuro, al mismo tiempo que se evalúan la situación de los stocks pesqueros y el impacto de las prácticas actuales de pesca y acuicultura.

Entre 40 y 70% - naranja

Estos supermercados ya han tomado medidas en relación a una política de compra sostenible de productos pesqueros, pero aún son necesarias acciones más concretas para alcanzar un nivel aceptable.

Entre 0 y 40% - rojo

Estos supermercados están haciendo poco o nada para conservar las poblaciones de peces. Es urgente una política de compra sostenible de productos pesqueros e implementar prácticas que eviten lo peor y que apoyen lo mejor.

9 Mayo 2010. Greenpeace. Una receta para la Biodiversidad. Supermercados: ingredientes para preservar la vida de los océanos. <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/100506.pdf>



### LIDL Supermercados

En junio de 2010 esta cadena alemana de “superdescuento” hizo pública en España su política de compra de pescado y crustáceos<sup>10</sup>. Según ésta, LIDL evita la venta de especies pesqueras que estén amenazadas de peligro de extinción o cuyo nivel de reservas sea considerado crítico. Desde hace varios años, especies como los tiburones, la gallineta nórdica y el pez espada ya no forman parte de su oferta.

LIDL ha garantizado a Greenpeace que rechaza y condena los métodos de pesca y la pesca ilegales y trabaja continuamente en la mejora de la trazabilidad y de la transparencia a lo largo de toda la cadena de distribución. En cuanto a etiquetado, LIDL ofrece más información que la exigida por la legislación española, ya que en todos sus productos congelados y en conserva aparece información de todos los ingredientes que forman parte del producto, como es la denominación científica de todas las especies, la zona pesquera y si se trata de acuicultura o pesca.



### Grupo Centros Comerciales Carrefour

Este grupo fue pionero en nuestro país en la retirada del amenazado atún rojo. Dispone de una política de compra sostenible interna desde diciembre de 2008 y con un plazo concreto para su puesta en marcha. Refleja la retirada paulatina de especies en peligro, la no venta de pescado ilegal y la lucha contra barcos y empresas ilegales, al garantizar la cadena de custodia desde el barco que realizó la captura hasta sus mostradores en la mayoría del pescado que ofrece a sus consumidores.

Carrefour España está implicado en proyectos locales de pesca sostenible que potencian a los pescadores artesanales y permiten valorizar sus productos y diferenciarlos en el mercado. En este sentido está colaborando con entidades como Responsible Fishing Alliance (RFA, por sus siglas en inglés) y el Foro Mundial de los Pescadores y Trabajadores de la Pesca (WFF, por sus siglas en inglés).



### Alcampo

En julio de 2010, Alcampo hizo pública su política de compra sostenible en su página web<sup>11</sup> e informó a sus clientes en sus hipermercados por todo el territorio.

En sus pescaderías hace años que no se puede encontrar el amenazado atún rojo. Desde el año pasado tampoco ofrecen tiburones en peligro de extinción, platija americana, gallineta chancharro, nórdica u oceánica. Además, han aumentado la talla mínima de captura exigida por la legislación española de algunas especies como la dorada y el lenguado. Por último, apoyan a los proveedores de pescado locales.



### Eroski

Eroski ha anunciado públicamente<sup>12</sup> durante el año 2010 que impulsará la pesca sostenible evaluando la posibilidad de incorporar a su oferta fuentes alternativas de pescado que sustituyan la oferta actual. Greenpeace valora positivamente que finalmente Eroski se una al movimiento comenzado en España y en el mundo por otros distribuidores, grandes supermercados, restaurantes, pescadores, etc, y que apueste por un cambio que favorezca a los ecosistemas marinos y el apoyo a la pesca sostenible.



### Mercadona

Mercadona forma parte de las grandes superficies en España en las que ya no se puede comprar el amenazado atún rojo. Este año ha incorporado también un nuevo etiquetado en la Comunidad Valenciana en el que se facilita más información a los clientes sobre el origen del pescado al indicar el puerto de desembarco en los productos frescos y el nombre científico.

Mercadona no cuenta con una política de compra sostenible escrita, interna ni pública, aunque sí ha asegurado a Greenpeace que exige a sus interproveedores que adopten criterios de sostenibilidad en sus actividades, además de garantizar trazabilidad del producto hasta el barco y que no comercializa productos de origen ilegal.



### El Corte Inglés

Durante el año 2009, El Corte Inglés se comprometió a no vender especies amenazadas como las gallinetas chancharro y nórdica, rayas y mantas tipo noriega y manta a lunares y tiburón mielga<sup>13</sup>.

En la actualidad trabaja en la elaboración de una política de compra sostenible que hará pública próximamente y en la que se analiza la retirada paulatina de aquellas especies más amenazadas y las capturadas con métodos insostenibles. Además, ha mostrado su intención de ampliar la oferta de productos locales, mejorar la información a los consumidores mediante el etiquetado u otros métodos disponibles, y garantizar una trazabilidad total hasta el barco de captura para poder asegurar a sus clientes que no se venden productos ilegales.

10 Página web de LIDL, en octubre de 2010: <http://www.lidl.es/es/home.nsf/pages/c.service.news.am.e.compra>

11 Página web de Alcampo en octubre de 2010: <http://www.alcampo.es/WebPortal/Repository/Alcampo/Recursos/PescaSostenible.pdf>

12 [http://www.wwf.es/noticias/sala\\_de\\_prensa/?uNewsID=16240](http://www.wwf.es/noticias/sala_de_prensa/?uNewsID=16240)

13 Agosto 2010. El Corte Inglés. Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2009. En octubre de 2010 en <http://www.elcorteinglescorporativo.es/elcorteinglescorporativo/elcorteinglescorporativo/portal.do?TR=A&IDR=1&identificad or=1014>

## 3. Lista roja de Greenpeace de especies pesqueras para España

La Lista Roja de Greenpeace de Especies Pesqueras<sup>14</sup> incluye las 15 especies más comunes en los supermercados que provienen de métodos de pesca o acuicultura no sostenibles o que sus poblaciones se encuentran sobrexplotadas. Para cada especie se detallan los motivos por los que se ha incluido en la Lista Roja. Greenpeace pide a los supermercados que retiren estas especies de su oferta como uno de los pasos hacia una política de compra de productos pesqueros sostenible.

### BACALAO DEL ATLÁNTICO

{*Gadus morhua*}



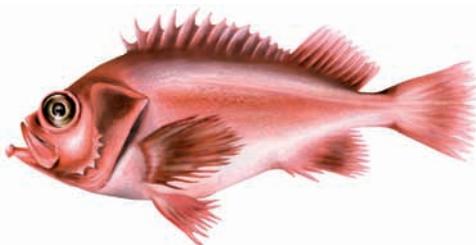
### FLETÁN DEL ATLÁNTICO

{*Hippoglossus hippoglossus*}



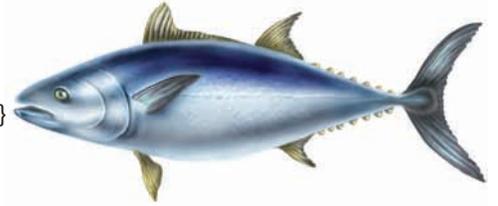
### GALLINETAS

- Gallineta Nordica**  
{*Sebastes marinus*}
- Gallineta Oceánica**  
{*Sebastes mentella*}
- Chancharro**  
{*Sebastes fasciatus*}



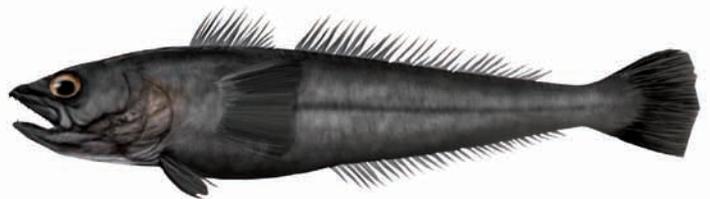
### ATUNES

- Atún del Sur**  
{*Thunnus maccoyii*}
- Atún patudo**  
{*Thunnus obesus*}
- Atún rabil**  
{*Thunnus albacares*}
- Atún rojo**  
{*Thunnus thynnus*}
- Bonito del Norte**  
{*Thunnus alalunga*}



### BACALAO DE PROFUNDIDAD

{*Dissostichus eleginoides*}



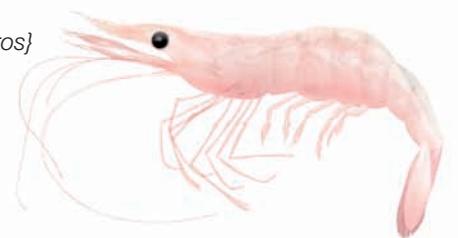
### FLETÁN NEGRO

{*Reinhardtius hippoglossoides*}



### LANGOSTINOS

- Gamba blanca**  
{*Parapenaeus longirostris*}
- Langostino banana**  
{*Metapenaeus monoceros*}
- Langostino blanco**  
{*Litopenaeus vannamei*}
- Langostino jumbo**  
{*Penaeus monodon*}



## LENGUADO EUROPEO

{*Solea solea*}



## MANTAS Y RAYAS

{*Dipturus laevis*}

{*Leucoraja malitensis*}

**Noriega**

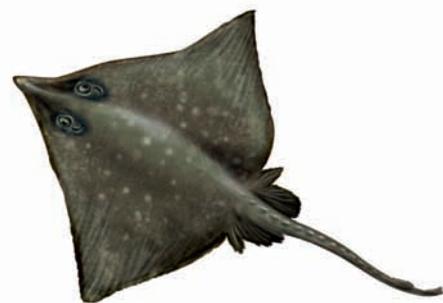
{*Dipturus batis*}

**Raya a lunares**

{*Atlantoraja castelnaui*}

**Raya picuda**

{*Rostroraja alba*}



## MERLUZAS

**Merluccius hubbsi**

{*Merluccius hubbsi*}

**Merluza austral**

{*Merluccius australis*}

**Merluza del altura o del Cabo**

{*Merluccius paradoxus*}

**Merluza del Cabo**

{*Merluccius capensis*}

**Merluza europea**

{*Merluccius merluccius*}



## PEZ ESPADA

{*Xiphias gladius*}



## PLATIJA AMERICANA

{*Hippoglossoides platessoides*}



## RAPE

**Rape americano**

{*Lophius americanus*}

**Rape blanco**

{*Lophius piscatorius*}

**Rape negro**

{*Lophius budegassa*}



## SALMÓN DEL ATLÁNTICO

{*Salmo salar*}



## TIBURONES

**Cazón**

{*Galeorhinus galeus*}

**Marrajo**

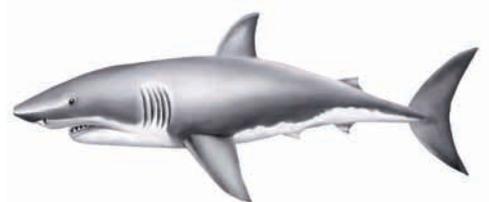
{*Isurus oxyrinchus*}

**Mielga**

{*Squalus acanthias*}

**Tintorera**

{*Prionace glauca*}



### 3. Fuera de nuestras fronteras

Los grandes distribuidores, los supermercados y los productores mundiales con una política de compra sostenible de pescado trabajan de manera conjunta con sus proveedores para cambiar la obtención de estos productos hacia pesquerías más sostenibles.

A modo de ejemplo, Sainsbury, en **Reino Unido**, focalizó sus esfuerzos en mejorar la sostenibilidad de las cinco especies más vendidas: bacalao, abadejo, salmón, atunes y gambas. En 2007, Sainsbury se convirtió en la primera gran superficie de ese país en proveerse 100% de bacalao y abadejo de línea cuyo origen eran *stocks* sanos<sup>15</sup>. También en Reino Unido, Waitrose se comprometió a una eliminación paulatina de los métodos más destructivos y actualmente no vende ninguna especie capturada con arrastre de fondo<sup>16</sup>.

En **Canadá**, el mayor distribuidor de alimentación y cadena de supermercados, Loblaws, desarrolló su política de compra sostenible y quiso que sus clientes entendieran exactamente qué significaba esa importante decisión. Eligieron algunas de sus tiendas por el país y los clientes empezaron a encontrar bandejas vacías en los mostradores de pescado. Estos espacios estaban ocupados anteriormente por especies en peligro como el pez reloj, el bacalao de profundidad, los tiburones y las rayas. Con este mensaje visual la compañía ayudó a educar a sus consumidores sobre la posibilidad de elegir pescado sostenible.

En el año 2006, Spar **Austria**, el segundo gran distribuidor de ese país, retiró el atún rabil (atún claro) de todos su productos de marca propia. Desde septiembre de 2010 se ha comprometido a retirarlo de todos los productos a la venta. REWE, el primer gran distribuidor, le siguió en este compromiso al introducir en su política de compra al atún rabil como una de las especies a retirar antes del final de este año.



© Greenpeace / Miguel Manso

**// LOS GRANDES DISTRIBUIDORES, LOS SUPERMERCADOS Y LOS PRODUCTORES MUNDIALES CON UNA POLÍTICA DE COMPRA SOSTENIBLE DE PESCADO TRABAJAN DE MANERA CONJUNTA CON SUS PROVEEDORES //**

<sup>15</sup> Página web de Sainsbury, en octubre de 2010 en: [http://www2.sainsburys.co.uk/food/foodandfeatures/safety\\_quality/articles/fish.htm](http://www2.sainsburys.co.uk/food/foodandfeatures/safety_quality/articles/fish.htm)

<sup>16</sup> Seafood Source, en octubre de 2010 en: [www.seafoodsource.com/newsarticledetail.aspx?id=4294967531](http://www.seafoodsource.com/newsarticledetail.aspx?id=4294967531)



Defending our oceans

**GREENPEACE**

## 4. Retirada de especies de los mostradores: consecuencias en el mar

Cuando los distribuidores y grandes supermercados anuncian el desarrollo de una política de compra sostenible de pescado, ésta va a menudo acompañada con el anuncio de la retirada de dos o tres especies presentes en las listas rojas de cada país. Las especies que los supermercados más comúnmente retiran en la primera fase son el atún rojo, los tiburones, las mantas y las rayas.

En los supermercados de Estados Unidos y Canadá, la merluza negra, el bacalao antártico y el pez reloj han sido eliminados de la mayoría de los supermercados de ambos países.

En algunos países europeos como Reino Unido y Noruega, el sector distribuidor y los supermercados pasaron a la acción y consiguieron cambios políticos con consecuencias en el mar. En Austria, el atún rabil o claro ha desaparecido de sus mostradores.

En España no existe ningún ejemplo que muestre tanto compromiso por parte de las grandes superficies como otros que se muestran en este documento. Falta un acuerdo como sector de distribución que provoque de manera conjunta cambios políticos que ayuden a recuperar los *stocks* y apoyen los métodos de pesca sostenibles.

Las acciones individuales por parte de los supermercados han sido las protagonistas de los avances que se han producido en sus políticas de compras. Así, como se mencionaba anteriormente, la primera decisión de cinco de los seis principales supermercados ha sido la retirada del atún rojo, especie que ya sólo comercializa El Corte Inglés. Otros ejemplos son la retirada por parte de Alcampo de las especies de tiburones en peligro, de las gallinetas y de la platija americana. Y en los mostradores de LIDL ya no se pueden encontrar ni tiburones ni especies que provengan de la pesca de arrastre de profundidad, como gallinetas y merluza.

### Los supermercados de Reino Unido y el bacalao islandés

En julio de 2007, Islandia anunció recortes drásticos en sus cuotas de captura para el bacalao. Sus principales clientes, los supermercados de Reino Unido, habían trabajado duro para que la procedencia del bacalao del que se abastecían fuese Islandia, un *stock* gestionado mucho mejor que otros muchos en Europa en aquel momento. No querían que su nuevo producto perdiera su buena reputación, por lo que hicieron saber a Islandia sus preocupaciones. El ministro de Pesca islandés, Einar Gudfinnsson, agradeció el papel de los supermercados británicos en esta decisión: "Quienes compran la mayoría del pescado islandés consideran muy importante el poder ser capaces de asegurar a sus clientes que están ofreciendo pescado que proviene de un *stock* que es sostenible y gestionado de forma responsable<sup>17</sup>".

### Las acciones tomadas por los productores de pescado blanco acabaron con la pesca ilegal de bacalao en el mar de Barents<sup>18</sup>

En 2005, Greenpeace trabajó en colaboración con la Administración noruega, Norwegian Coastguard and Fisheries Directorate, y un equipo documental sueco para investigar y exponer el comercio de bacalao capturado ilegalmente en el mar de Barents. Después de que el documental apareciera en la televisión y tras varias reuniones con representantes de Greenpeace y Conservación Internacional, los ocho mayores productores y compradores de pescado blanco (Royal Greenland, Esperson, Young's Bluecrest, Frosta, Co-op Nordic, Findus, Iglo y McDonalds) empezaron a tomar medidas para atajar el problema. Para ayudar a eliminar la entrada de pescado ilegal en el mercado, se crearon unos estándares para la industria. También enviaron una carta conjunta al ministro noruego de Pesca ofreciendo su ayuda para desarrollar unos estándares legales en cuanto a trazabilidad. La existencia de estos estándares tan fuertes por parte de la industria contribuyeron de manera decisiva en el desarrollo de la legislación europea para evitar la pesca ilegal. Como resultado de este trabajo, se estima que la captura ilegal de bacalao en el mar de Barents ha pasado de 166.000 toneladas en 2005 a 15.000 toneladas en 2008, y a prácticamente cero en 2009.

**// EN ESPAÑA NO EXISTE NINGÚN EJEMPLO QUE MUESTRE TANTO COMPROMISO POR PARTE DE LAS GRANDES SUPERFICIES COMO EN OTROS PAÍSES //**

17 Sacton J (2007). Iceland believes drastic quota cuts for cod will help its reputation with customers. [Seafood.com](http://Seafood.com) news, 12 Julio 2007.

18 ICES (2010). Barents Sea and Norwegian Sea: Cod in Subareas I and II (Northeast Arctic cod). En: ICES advice 2010, Book 3. International Council for the Exploration of the Sea (ICES), Copenhagen, Denmark. En octubre de 2010 en: [www.ices.dk/committe/acom/comwork/report/2010/2010/cod-arct.pdf](http://www.ices.dk/committe/acom/comwork/report/2010/2010/cod-arct.pdf)



## 5. Soluciones

En la actualidad se presentan diferentes alternativas como soluciones a la crisis de los océanos. Sin embargo, hay que conocer en detalle cómo se desarrollan para evitar que escondan un lavado de imagen de la industria. Por otro lado, el apoyo a la pesca sostenible es imprescindible puesto que ahora mismo es la única manera de garantizar la continuidad del sector, al mismo tiempo que se asegura la supervivencia de las especies.

### Acuicultura: un reto de sostenibilidad

Ante el declive de los *stocks*, la industria acuícola se publicita como la solución para obtener el pescado que escasea desde hace años en nuestros océanos. Pero lejos de ser la solución a la sobrepesca, contribuye a la disminución de las poblaciones salvajes, degrada los ecosistemas marinos y amenaza la seguridad alimentaria de las comunidades costeras.

La acuicultura requiere gran cantidad de pescado para la elaboración de piensos, así como la captura de juveniles para abastecerse. Las instalaciones deterioran los ecosistemas costeros, contaminan el agua con antibióticos y pesticidas y desplazan a las comunidades locales, ya que les impide el uso tradicional que hacían de los recursos marinos. Desde las granjas existe riesgo de fuga de ejemplares y de propagación de enfermedades a las poblaciones salvajes.

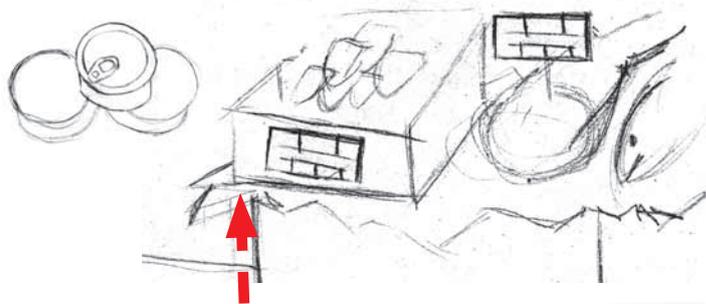
Para Greenpeace la única acuicultura sostenible es la que:

- utiliza piensos de origen vegetal que proceden de agricultura sostenible;
- minimiza el uso de harinas y aceites de pescado para que la producción de un kilo de pescado no necesite más de tres kilos de estos productos;
- utiliza las larvas obtenidas en cautividad;
- garantiza la seguridad de las instalaciones para que no se produzcan fugas;
- no degrada el medio ambiente, ni altera la biodiversidad de los ecosistemas donde se asienta;
- no amenaza los derechos humanos;
- apoya la sostenibilidad económica y el desarrollo social de las comunidades locales a largo plazo.

### Más información en la etiqueta

Las etiquetas son una herramienta esencial para hacer llegar al consumidor la información sobre el producto que está comprando. El etiquetado actual no es suficiente para poder hacer una elección sostenible. La normativa vigente establece requisitos diferentes para el etiquetado dependiendo de su procedencia. La información en la etiqueta debe ser la misma para todos los productos independientemente de si son frescos, congelados o en conserva. La etiqueta debería dar al consumidor una información más completa para que pueda elegir aquellos productos obtenidos de forma sostenible.

// LA INFORMACIÓN EN LA ETIQUETA DEBE SER LA MISMA PARA TODOS LOS PRODUCTOS INDEPENDIENTEMENTE DE SI SON FRESCOS, CONGELADOS O EN CONSERVA //



#### ETIQUETA ACTUAL

**Nombre común y científico completo:** el nombre científico evita confusiones ya que existen especies distintas con el mismo nombre común.

**Método de captura:** distingue el pescado que ha sido capturado en el mar (pesca extractiva/salvaje) del cultivado o criado en granjas (acuicultura).

**Origen:** en la pesca extractiva indica la zona de procedencia (zona FAO), en la acuicultura indica el país dónde se ha criado o cultivado.

#### UNA ETIQUETA SOSTENIBLE DEBE ADEMÁS INCLUIR

##### PESCA EXTRACTIVA

**Stock:** las zonas FAO ocupan grandes extensiones. Especificar el *stock* permite saber si proviene de un caladero sobreexplotado.

**Técnica de pesca:** un mismo producto puede capturarse de varias formas. Con esta información pueden evitarse las artes de pesca destructivas.

**Barco:** indicar el nombre del barco garantiza que ha habido un proceso de trazabilidad total.

##### ACUICULTURA

**Origen de la especie:** informa si la especie es autóctona o si es una especie introducida.

**Método de cría:** cultivo (cría en cautividad) o engorde (captura de ejemplares salvajes).

## Sistemas de certificación: fiabilidad cero

Durante la última década se han desarrollado distintos sistemas de certificación de productos pesqueros que aseguran que el pescado que certifican ha sido capturado o criado de forma sostenible y que son la mejor opción de compra para los consumidores. Deberían servir para identificar aquellos productos que cumplen ciertas normas mínimas, como criterios de calidad, producción ecológica, comercio justo o sostenibilidad.

Sin embargo, Greenpeace considera que ninguno de los sistemas de certificación vigentes es totalmente fiable. Sellos como el consejo de Administración Marina (MSC, por sus siglas en inglés) o Amigos del Mar (FOS, por sus siglas en inglés) no tienen unos criterios ambientales suficientemente sólidos y no tienen integrados en su proceso criterios socioeconómicos. Greenpeace considera que el apoyo a la pesca sostenible no se puede basar sólo en estos sellos, ya que no garantiza la protección total de los *stocks* salvajes de algunas especies como el abadejo de Alaska y el bonito del norte del Pacífico noreste, productos certificados MSC y cuyos *stocks* certificados son considerados sobreexplotados.

**Para Greenpeace, un programa de certificación debe:**

- incluir normas claras y sólidas que aborden adecuadamente la situación de los océanos, incorporando principios fundamentales como el de precaución y un enfoque ecosistémico en la gestión de las pesquerías;
- implicar a un amplio abanico de partes interesadas en todos los procesos del programa;
- ser totalmente transparente en su metodología;
- ser evaluados y supervisados por organizaciones externas e independientes.

**// EL APOYO A LA PESCA SOSTENIBLE  
NO SE PUEDE BASAR SÓLO EN LOS  
SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN //**

## Apojo a la pesca sostenible

Para garantizar el futuro de la biodiversidad marina y de quienes dependen de este recurso debemos apostar por un modelo de pesca sostenible.

Las técnicas pesqueras empleadas por la pesca de bajura suelen ser artes tradicionales y selectivas, con mínimo impacto ambiental. En el informe "La pesca en España: una lección no aprendida"<sup>19</sup> Greenpeace ha puesto de manifiesto cómo la pesca industrial es la más favorecida en el reparto de subvenciones, a pesar de suponer sólo el 20% del sector, mientras que la pesca de bajura (el 80% del sector y mayor generadora de empleo) se ve claramente desfavorecida.

Por este motivo, Greenpeace trabaja con este sector como camino hacia una explotación sostenible de los recursos marinos. En muchos casos, además, han sido los pescadores locales quienes han dado ejemplo promoviendo ellos mismos la creación de Reservas Marinas, como en los casos de las Reservas Marinas de Os Miñarzos (Lira, A Coruña) o La Restinga (El Hierro), para garantizar el futuro de su modo de vida.

**Apoyándose en los principios de la FAO, Greenpeace define una pesquería sostenible como aquella que:**

- está gestionada desde una perspectiva centrada en el ecosistema;
- ayuda a proteger especies y hábitats sensibles;
- mantiene las poblaciones de todas las especies objetivo en un nivel saludable;
- utiliza métodos de pesca selectivos;
- mantiene la biodiversidad de las otras especies asociadas a la pesquería;
- minimiza el consumo de energía, productos químicos y residuos;
- opera de manera social y económicamente justa y responsable;
- facilita siempre el origen de todo su pescado desde el punto de captura hasta el punto de venta.



© Greenpeace/ P. Armeistre

19 Greenpeace (2010). La Pesca en España, una lección no aprendida. <http://www.greenpeace.org/espana/reports/100430>

## 6. Retos futuros

Durante los últimos años, al hablar sobre la sostenibilidad del pescado que la sociedad consume, en algunos países la industria ha ido por delante de los políticos. Pero, ¿es el movimiento a favor de la pesca sostenible una solución real a la actual crisis de los océanos? ¿Están afectando estos cambios en las secciones de pescado de los supermercados a la situación en el mar? ¿Está sucediendo a la suficiente velocidad para detener el declive de los *stocks* pesqueros y ecosistemas marinos y llegar a tiempo de recuperar la salud de los océanos?

Para lograr este objetivo, y dado el evidente fracaso de la gestión pesquera en el ámbito nacional y regional, se debe apostar por una gestión de las pesquerías que contemple los principios de precaución y ecosistémico. Es necesario asegurar que el 40% de nuestros mares y océanos están protegidos como Reservas Marinas - grandes zonas oceánicas donde no está permitida la pesca, ni otras actividades de extracción, ni contaminación.

### Supermercados

**Los supermercados deben continuar en la misma línea de trabajo emprendida hace unos años mediante:**

- **un compromiso activo en proyectos que desarrollen la mejora y sostenibilidad de las pesquerías.** Esto supone apoyar iniciativas que permitan a las ya existentes cambiar hacia métodos de pesca sostenible o apoyar nuevos proyectos de carácter local.
- **la unificación de esfuerzos** en apoyo de una gestión sostenible de los océanos. Actuando como asociaciones nacionales y/o globales que destaquen la urgencia de cambiar la situación e influyendo en las decisiones políticas.

Una competencia justa entre distribuidores, comerciantes y el sector productivo requiere el desarrollo de unos procesos y estándares comunes. La Administración debe asegurar esta justa competencia. Mientras que los que toman decisiones han manifestado la importancia de este movimiento social hacia la pesca sostenible, la realidad actual dista mucho de poder llegar a implementar las mejores prácticas en la pesca, en la distribución y en la industria.

**// PARA LOGRAR ESTE OBJETIVO SE DEBE APOSTAR POR UNA GESTIÓN DE LAS PESQUERÍAS QUE CONTEMPLA LOS PRINCIPIOS DE PRECAUCIÓN Y ECOSISTÉMICO //**

### Responsables políticos

**Los responsables políticos deben asumir cuanto antes su responsabilidad con el futuro de nuestros océanos, y además:**

- **Premiar a aquellas compañías que apoyen iniciativas sostenibles** más allá de los requerimientos legislativos existentes, fortaleciendo las normas que gobiernan el sector pesquero y desarrollando medidas que aseguren la sostenibilidad de los productos permitidos en los mercados pesqueros.
- **Contar con las aportaciones de todos los sectores implicados y con intereses en la protección de los océanos.** Actualmente el sector industrial es el que más se tiene en cuenta. Los intereses y preocupaciones de consumidores, distribuidores, restaurantes, procesadores de pescado, estados costeros en desarrollo y pescadores de pequeña escala no están suficientemente representados y son, a menudo, ignorados en la legislación y en otros procesos relevantes de toma de decisiones en cuanto a la gestión de prácticas pesqueras y de recuperación de los *stocks* pesqueros<sup>20</sup>.
- **Escuchar a los científicos** que proveen recomendaciones sobre la conservación marina y las pesquerías, a los gobiernos nacionales y a las Organizaciones Regionales de Pesca (ORP).
- **Desarrollar programas de educación al consumidor sobre el verdadero coste de la sostenibilidad**, el valor de pagar por calidad versus cantidad de pescado, y el precio que pagaremos finalmente si no aseguramos una gestión sostenible de los océanos.



© Greenpeace/P. Armeestre

<sup>20</sup> Evidencia de esto puede verse en las Instituciones y organismos de la Unión Europea, como el Comité Consultivo de Pesca y Acuicultura (ACFA, por sus siglas en inglés) y los Consejos consultivos regionales (RAC, por sus siglas en inglés). Estos comités están mayoritariamente representados por el sector de la producción; el sector de pesca y acuicultura supone aproximadamente el 50% de sus miembros. Sería deseable que se reforzara la presencia de distribuidores, procesadores, consumidores y el sector medioambiental. La consulta representativa de todos los sectores implicados en pesquerías y otros sectores marítimos a través de este foro es un paso que la Unión Europea, así como otros comités políticos y países, pueden implementar cuanto antes. Ver también: [http://ec.europa.eu/fisheries/partners/acfa/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/fisheries/partners/acfa/index_en.htm)



## 7. Demandas de Greenpeace a los supermercados y grandes superficies

Greenpeace considera que los grandes distribuidores, las grandes superficies comerciales y supermercados, así como gobiernos, pescadores y consumidores tienen un papel fundamental a la hora de detener el actual declive de los recursos pesqueros en los mares y océanos del planeta.

**Greenpeace pide a los supermercados que dejen de ser cómplices de la destrucción de los océanos y desarrollen una política de compra sostenible de productos pesqueros. Los principios básicos deben ser:**

- **retirar lo peor:** empezando por las especies presentes en la *Lista roja de Greenpeace*<sup>21</sup>, como fletán negro, gallinetas, merluza negra, pez sable, rape, tiburones de profundidad, y las distintas especies de atún amenazadas.
- **apoyar lo mejor:** aumentando la oferta de productos pesqueros sostenibles, tanto salvajes como de acuicultura<sup>22, 23</sup>.
- **mejorar el resto:** trabajar con todas las partes interesadas (proveedores, industria pesquera, gobierno, ONG, comunidad científica) para mejorar la gestión y sostenibilidad de las actividades de pesca y acuicultura de las que se abastecen.
- **garantizar la trazabilidad** del pescado hasta el barco que lo capturó, dónde, cómo y con evidencia de cumplimiento de las cuotas y no vender pescado ilegal.
- **mejorar el etiquetado:** para poder garantizar a sus clientes que los productos que ofertan son sostenibles y legales.
- **promover e implementar prácticas pesqueras sostenibles.**

Greenpeace pide también a los supermercados que retiren de sus estanterías todos los productos procedentes de la acuicultura insostenible, relacionados con la sobrepesca, la contaminación química, la invasión de especies foráneas, los abusos contra los derechos humanos y la destrucción costera.



### OFERTA: DESTRUCCIÓN DE LOS OCEANOS



#### ATÚN ROJO

¡Últimas unidades! Aprovecha antes de que se extinga. Con la garantía de la pesca legal.

El atún rojo está al borde del colapso comercial debido a la sobrepesca. También puede estar ligado a actividades ilegales como traspasos de pescados entre barcos o capturas no declaradas.



#### RAPE

Fresco desde los fondos marinos arrasados a tu plato. La pesca de arrastre causa graves impactos ambientales al arrasar el fondo marino y capturar accidentalmente numerosas especies.



#### SALMÓN AHUMADO

Criado en Chile, con todo el sabor de los colorantes artificiales y los antibióticos. La acuicultura no sostenible contribuye a la sobrepesca (los peces criados se alimentan de otros peces), contamina las aguas con productos químicos, destruye zonas de costa.



#### LANGOSTINO

¡2x1! Compra langostinos salvajes y te regalamos otros de acuicultura. ¡Destrucción del manglar y de los océanos en la misma oferta!

En la pesca de arrastre de langostino hasta el 90% de las capturas son descartadas por no ser la especie objetivo. La cría de langostinos en los bosques de manglar destruye y contamina el ecosistema y desplaza a las comunidades locales de sus tierras.



#### EMPERADOR

¡Oferta del mes! Pescado en el Atlántico ¡sólo por tiempo limitado! El 90% de las poblaciones de grandes predadores como el emperador o el bacalao están agotadas. Al estar en lo alto de la red trófica, su papel en la regulación del ecosistema marino es esencial.



#### ATÚN BLANCO O BONITO

¡Pescado con la última tecnología! Con restos de tortugas, delfines y tiburones en la lata. El atún blanco o bonito, que proviene del Pacífico se pesca utilizando dispositivos para atraer a los peces antes de lanzar la red de cerco. Atunes inmaduros, tortugas, delfines, tiburones y otras especies acaban en el cerco.

[colabora2.greenpeace.es/supermarket/](http://colabora2.greenpeace.es/supermarket/)



**// GREENPEACE PIDE A LOS SUPERMERCADOS QUE DEJEN DE SER CÓMPlices DE LA DESTRUCCIÓN DE LOS OCEANOS Y DESARROLLEN UNA POLÍTICA DE COMPRA SOSTENIBLE DE PRODUCTOS PESQUEROS //**

21 Junio 2008. *Lista Roja de Greenpeace de especies pesqueras para España*: <http://webs.greenpeace.es/mercados/index.htm>

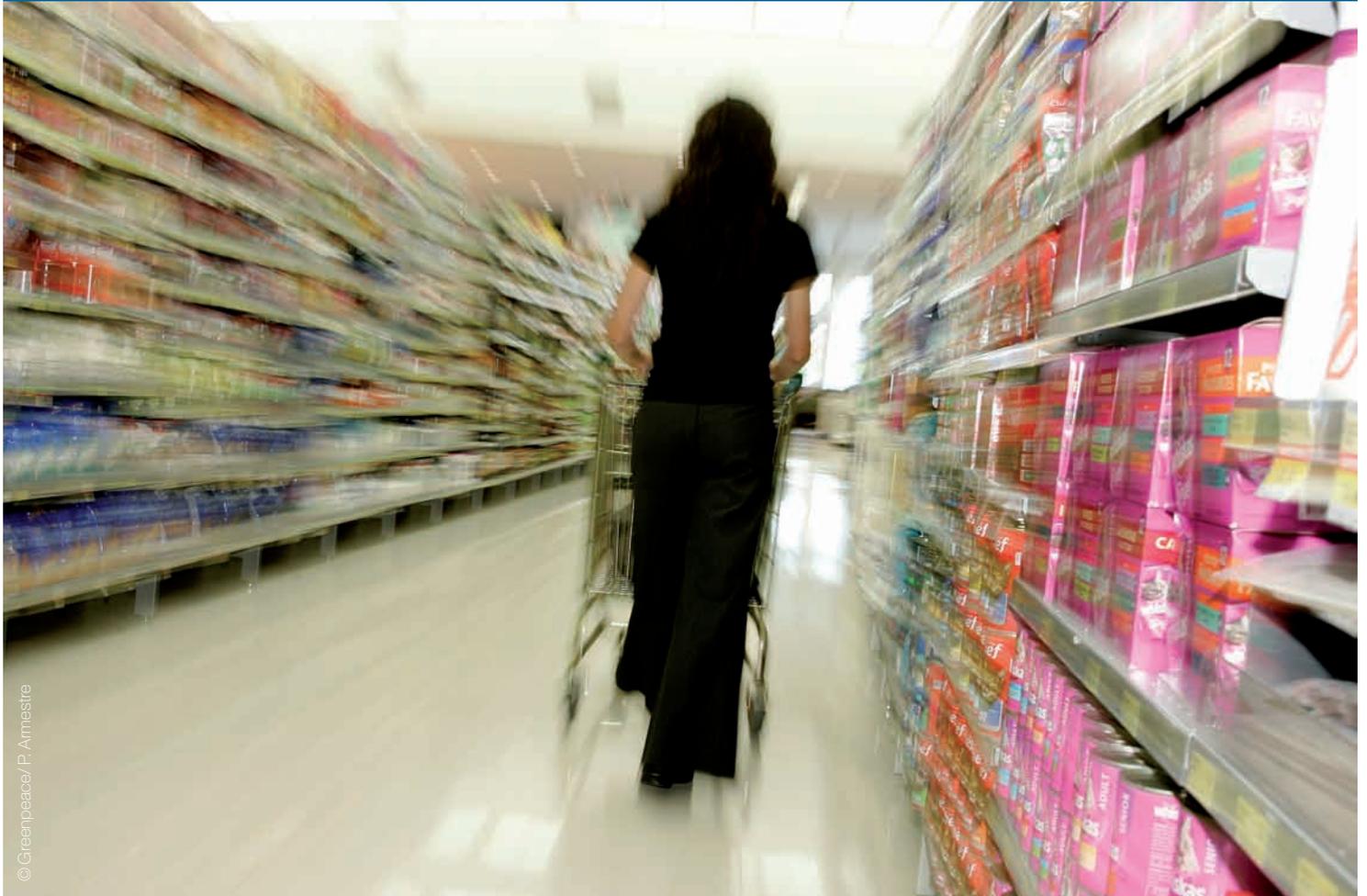
22 Octubre 2008. Greenpeace. *Criterios de Greenpeace para una pesca sostenible* [www.greenpeace.org/espana/reports/090330](http://www.greenpeace.org/espana/reports/090330)

23 Enero 2008. Greenpeace. *La Industria Acuícola y de Engorde: un reto de sostenibilidad*: [www.greenpeace.org/espana/reports/la-industria-acu-cola-y-de-eng](http://www.greenpeace.org/espana/reports/la-industria-acu-cola-y-de-eng)

**IL TEMPO  
DEI TONNI  
STA FINENDO  
GREENPEACE**

**RICARDO FUENTES  
E HIJOS, S.A.**





© Greenpeace/P. Armeestre

## GREENPEACE

**¡Ayúdanos!** Greenpeace es una organización independiente que no acepta subvenciones de empresas ni de partidos políticos y que se financia exclusivamente con las cuotas de sus socios.

Hazte socio de Greenpeace: 902 100 505 o visita [www.colaboraongreenpeace.org](http://www.colaboraongreenpeace.org)

### **Greenpeace**

San Bernardo 107, 1ª planta 28015 Madrid  
Tel. +34 91 444 14 00 Fax +34 91 447 15 98

Ortigosa 5, 2º 1ª 08003 Barcelona  
Tel. +34 93 310 13 00 Fax +34 93 310 43 94

[informacion@greenpeace.es](mailto:informacion@greenpeace.es)  
[www.greenpeace.es](http://www.greenpeace.es)