



GREENPEACE

Una receta para la biodiversidad

SUPERMERCADOS: INGREDIENTES PARA PRESERVAR LA VIDA DE LOS OCÉANOS

En defensa de los océanos

www.greenpeace.es



© GREENPEACE / ROGER GRACE



© GREENPEACE / MARCO CARE



© ALEX HOFFORD / GREENPEACE



© GREENPEACE / MARCO CARE



© DONALD TIPTON / GREENPEACE



© PAUL HILTON / GREENPEACE

Para más información:
enquires@greenpeace.org
informacion@greenpeace.es
JN 313

Autores: Paloma Colmenarejo,
Lanka Horstink, Lara Teunissen,
Nina Thüllen y Emmanuel Buovolo

Publicado en mayo de 2010
por Greenpeace Internacional
Ottho Heldringstraat 5
1066 AZ Amsterdam
Holanda
Tel: +31 20 7182000
Fax: +31 20 5142002

Foto portada:
© Greenpeace / Gavin Newman

greenpeace.es

ÍNDICE

3	Una receta para la biodiversidad
4	III Ranking de Greenpeace de supermercados: 2008-2010
5	Las Recetas de los Supermercados en 2010
6	LIDL
7	CARREFOUR
8	ALCAMPO
9	EROSKI
10	MERCADONA
11	EL CORTE INGLÉS
12	El último atún rojo
13	Protección para los océanos: Reservas Marinas
14	¿Qué esconde una lata de atún?
15	Trazabilidad contra la pesca ilegal
16	El verdadero precio de la pesca industrial
17	La Política Pesquera Común
18	¿Qué pide Greenpeace a los supermercados?
19	¿Qué pueden hacer los consumidores?
20	Referencias

“En 2010 pido a todos los países y ciudadanos del planeta que formen una alianza global para proteger la vida en la Tierra”.

Ban Ki-Moon, Secretario General de Naciones Unidas

UNA RECETA PARA LA BIODIVERSIDAD

Supermercados: ingredientes para preservar la vida de los océanos

En 2010, Año Internacional de la Biodiversidad, el Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-Moon, recordó al mundo que *“gran parte de los recursos que se consideran como inagotables están severamente amenazados, lo que ha tenido como resultado un profundo impacto en los ecosistemas, la economía y la subsistencia del ser humano”.*

En las últimas décadas, la intensificación de la pesca industrial ha dado lugar a la extinción casi total de las prácticas tradicionales de pesca que son menos dañinas y preservan la riqueza natural del ecosistema marino y de las personas que dependen de éste para su subsistencia. El consumo de pescado está creciendo a un ritmo mayor que la tasa de la población mundial. Los océanos del planeta continúan siendo destruidos de forma desenfrenada y los stocks pesqueros se encuentran bajo una enorme presión.

Las consecuencias de la pérdida de vida marina de los océanos son imprevisibles. Sin embargo, la industria pesquera parece seguir sin ver la viabilidad del sector a largo plazo, incentivando el fomento de la sobreexplotación excesiva y en una carrera desenfrenada para capturar el último pez de los océanos.

En Europa el impacto de nuestro consumo de pescado llega mucho más allá de nuestras fronteras. Por ejemplo, en el océano Pacífico las grandes flotas pesqueras extranjeras han agotado rápidamente el único medio de supervivencia de las poblaciones costeras: el atún. Esto también ocurrió en las aguas de África, que fueron caladeros de pesca para Europa y Asia durante muchos años y ahora están sobreexplotados o agotados.

La alerta general a la crisis de los océanos, reconocida hoy a nivel mundial ha animado cada vez a más consumidores y ciudadanos interesados en demandar una gama de productos pesqueros sostenibles en los supermercados.

La palabra sostenibilidad se está convirtiendo en parte del vocabulario del sector alimentario de distribución. En respuesta al desafío de los consumidores, muchas cadenas de supermercados han ido eliminando las especies pesqueras más amenazadas de sus mostradores, rechazando las procedentes de pesca ilegal y las capturadas con métodos más destructivos y ofreciendo a cambio alternativas menos dañinas para el medio marino.

Esta tendencia se está comenzando a notar también en España, donde prácticamente el 70% del pescado fresco, congelado y en conserva se adquiere en las grandes superficies. En 2008, Greenpeace suspendió a todos los supermercados españoles por no cumplir con ninguno de los criterios de venta de pescado sostenible. Después de dos años de campaña en España, la mayoría de los seis principales distribuidores disponen ya de una política escrita y están trabajando activamente con Greenpeace para implementar las medidas necesarias para proteger los stocks pesqueros.

La biodiversidad es muy importante para la existencia de ecosistemas ricos y saludables de los cuales dependemos para sobrevivir.

Greenpeace defiende que las grandes cadenas de distribución y los supermercados tienen el poder económico para asumir la responsabilidad de los productos que venden y contribuir en un movimiento hacia la sostenibilidad del sector pesquero. A pesar de haber habido una pequeña evolución positiva, los supermercados españoles deben actuar con mayor rapidez para proteger la vida de los océanos.

Con menos del 1% de nuestros océanos protegidos y los científicos anunciando un colapso inminente de algunas de las poblaciones pesqueras, es urgente trabajar en la recuperación de la vida de los océanos y dar así respuesta a la llamada de Ban Ki-Moon para asumir nuestras responsabilidades tanto a nivel individual y colectivo por los recursos que consumimos.

El 90% de las poblaciones de peces de grandes depredadores han desaparecido, entre ellos el atún, el pez espada y el bacalao¹.

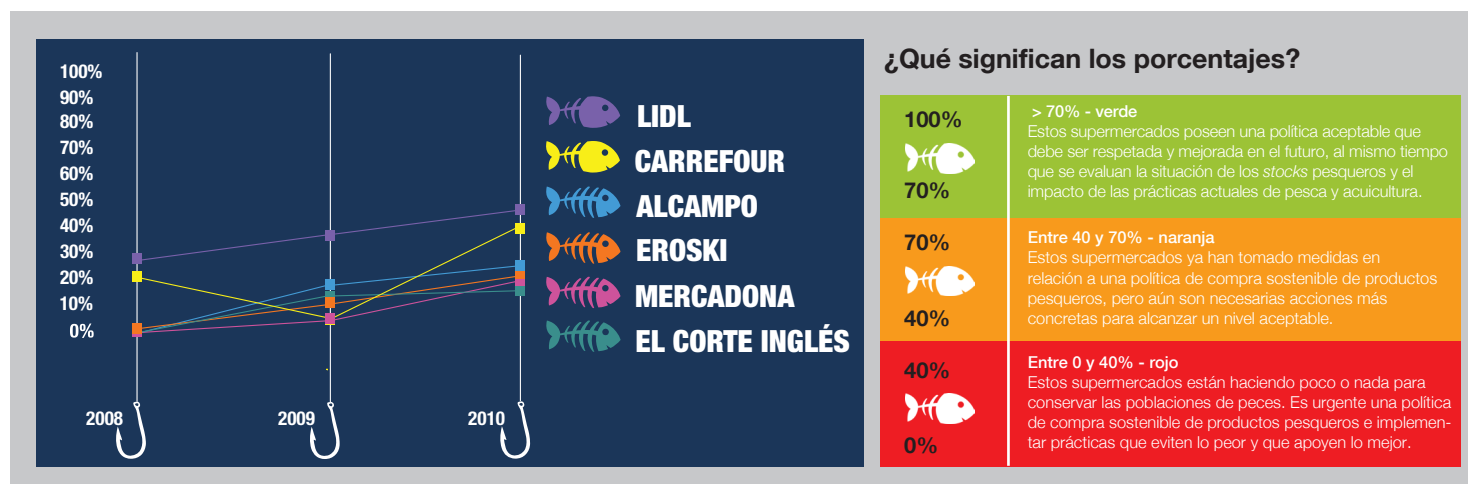
III Ranking de Greenpeace de supermercados: 2008-2010

Este año 2010, en respuesta al creciente número de consumidores y consumidoras preocupados por el origen sostenible de los productos que compran, hay varios distribuidores con procesos de implementación de una política sostenible de adquisición de productos pesqueros.

LIDL Supermercados ocupa el primer lugar, seguido del **Grupo Carrefour**. Ambos cuentan con una política de compra de productos pesqueros, han comenzado con la retirada de especies en peligro o capturadas con métodos destructivos y muestran gran preocupación por la trazabilidad completa desde el barco a los mostradores de venta de los productos de origen pesquero.

En octubre de 2009, **Alcampo** hizo pública su decisión de avanzar hacia la conservación de los océanos al retirar de sus mostradores varias especies de tiburones en peligro de extinción, platija, y gallinetas. Alcampo, junto a los grupos **Eroski** y **Mercadona** continúan en rojo, aunque sí ha habido progresos en sus políticas de adquisición.

El **Grupo El Corte Inglés** ocupa este año el último lugar del ranking de Greenpeace. A pesar de mantener un diálogo con la organización, no han mostrado ningún avance con respecto a las dos ediciones anteriores, no hay un compromiso de retirada de especies en peligro que formen parte de su oferta y no muestran responsabilidad en garantizar la trazabilidad total de los productos pesqueros que ofrecen.



¿Qué es el ranking de Greenpeace de supermercados?

El ranking de Greenpeace analiza las políticas de compra y venta de productos pesqueros de los principales distribuidores y grandes superficies según estos siete criterios.

- La existencia de una política escrita de compra sostenible de productos pesqueros.
- Las medidas adoptadas para excluir los productos provenientes de prácticas pesqueras y de acuicultura insostenibles.
- Las medidas adoptadas para apoyar las prácticas pesqueras y de acuicultura sostenibles.
- La garantía de que se conoce el origen del pescado hasta el barco o país y que no ofrecen en sus mostradores productos relacionado con actividades ilegales.
- El etiquetado de los productos pesqueros.
- La presencia en sus mostradores de especies incluidas en la Lista Roja de Greenpeace de Especies Pesqueras para España.
- La transparencia en hacer pública esta política y la información que dan a los consumidores y consumidoras.

Los supermercados son clasificados según el porcentaje de cumplimiento de estos criterios, desarrollados a partir de las recomendaciones de Greenpeace para una pesca y acuicultura sostenible y para la comercialización de productos pesqueros. A su vez, las recomendaciones de la organización ecologista, públicas en su página web, siguen el Código de Conducta de la FAO para la Pesca Responsable, que acordaron implementar los gobiernos de todo el mundo en el año 2002 con el fin de recuperar en 2015 las poblaciones de peces a nivel global. Para la clasificación son tenidos en cuenta los aspectos de la política de compra ya implementados y la documentación facilitada en respuesta a la demanda de información por parte de Greenpeace.

Las Recetas de los Supermercados en 2010

Tercer Ranking de Supermercados de Greenpeace



LIDL - Tres años liderando el ranking de Greenpeace. 45,21 %

Desde que Greenpeace publicó su primer ranking en 2008, Lidl Supermercados ha ocupado la primera posición. Éste es el primer año que aparece en naranja, lo que significa que ha tomado medidas y ha desarrollado una política de compra sostenible de productos pesqueros que recoge los principios de “retirar lo peor”, “apoyar lo mejor” y “mejorar el resto”. Lidl muestra un compromiso de asegurar la trazabilidad al 100% de los productos pesqueros desde el barco de captura a los mostradores de compra y audita todos los años a sus proveedores a este respecto. Ha eliminado progresivamente las especies más vulnerables procedentes de métodos destructivos de pesca y esto ha permitido ir cumpliendo con los objetivos definidos.



Carrefour – Más transparencia e información. 40,02%

Carrefour ocupó la última posición del ranking en 2009 al no facilitar información sobre su política de compra. Para la elaboración de esta nueva edición, Carrefour ha mostrado una mayor transparencia a la hora de responder a las demandas de información, lo que ha colocado a este distribuidor en la segunda posición y en el espectro naranja del ranking. Greenpeace ha podido comprobar que este grupo dispone de una política de compra sostenible de productos pesqueros y apuesta también por una trazabilidad total del producto desde el barco de captura hasta que llega a los consumidores, realizando auditorías a sus proveedores. A pesar de que en el año 2007 fueron pioneros en dejar de comprar y de comercializar el amenazado atún rojo, no ha continuado retirando de su oferta otras especies en peligro.



Alcampo – Tomando medidas hacia la sostenibilidad. 24,54%

En la primera edición del ranking de Greenpeace Alcampo ocupó las últimas posiciones. Sin embargo, actualmente mantiene una comunicación con la organización ecologista, lo que muestra una mayor transparencia que al principio de la campaña. Greenpeace ha podido comprobar que dispone de una política de compra sostenible de productos pesqueros. Además, en octubre de 2009 anunció públicamente la retirada de especies en peligro como tiburones, gallinetas y platija americana. Estas especies se unían al atún rojo, retirado en 2008. Pero a pesar de estos avances en la dirección correcta, continúan en espectro rojo del ranking ya que aún debe mejorar en todos los criterios para aumentar la sostenibilidad de sus productos pesqueros e informar a sus clientes.



Eroski – Empezando a trabajar por los océanos. 21,78%

Eroski ha mejorado respecto al ranking de 2009, aunque sigue siendo necesario un mayor compromiso. Eroski cuenta con una política de compra para su marca propia Eroski- NATUR, sin embargo carece de una política de compra global de productos pesqueros. Es urgente el desarrollo de la misma y que ésta incluya los principios de “retirar lo peor”, “apoyar lo mejor” y “mejorar el resto”. En los distintos establecimientos se pueden encontrar la mayoría de las especies de la Lista Roja de Greenpeace, incluido el atún rojo.



Mercadona – Avances importantes pero insuficientes. 19,18%

Mercadona ocupó las últimas posiciones en el primer ranking de Greenpeace. No existía diálogo entre la empresa y la organización ecologista. Posteriormente, se mantuvieron varias reuniones, lo que muestra una actitud positiva por parte del principal distribuidor de alimentación en España. A pesar de no contar en la actualidad con una política sostenible de adquisición de productos pesqueros, sí existe un compromiso de exigir a sus interproveedores que adopten criterios de sostenibilidad en sus actividades. También aseguran tener una trazabilidad total de los productos pesqueros que ofrece. Mercadona continua apareciendo en “rojo”, ya que es preciso que desarrolle una política propia de compra sostenible de productos pesqueros, que continúe retirando especies amenazadas como hizo con el atún rojo y que se lo comunique a sus clientes.



El Corte Inglés – Pasos hacia atrás. 15,72%

El Corte Inglés fue el primer gran distribuidor en mostrar una actitud de colaboración con Greenpeace. Sin embargo, en esta edición del ranking ocupa la última posición por la falta del desarrollo de una política de adquisición sostenible de productos pesqueros. El Corte Inglés se ha comprometido a no vender varias de las especies presentes de la Lista Roja de Greenpeace, pero estas especies no se encuentran en su oferta habitual. En sus establecimientos se pueden encontrar la mayoría de las especies de esa lista, por lo que es urgente su retirada paulatina y el apoyo a proyectos de pesca sostenible. Este distribuidor valora la calidad del producto que llega a los consumidores, sin tener en cuenta el barco que lo capturó en alta mar ni la legalidad de su procedencia, información imprescindible para determinar la completa trazabilidad del producto.



LIDL: Tres años liderando el ranking de Greenpeace. 45,21%

La receta de Lidl

Ocupan por tercer año consecutivo la primera posición del ranking de Greenpeace. A pesar de que LIDL no cuenta con sección de pescado fresco, es el grupo que tiene mejor desarrollada una política de compra sostenible de pescado en España. En sus mostradores no se encuentran tiburones y hay un compromiso de retirada de especies de profundidad.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

LIDL Supermercados cuenta con una política de compra sostenible de productos pesqueros que incluye la trazabilidad, las condiciones de trabajo, la difusión de ventajas del consumo del pescado sostenible. Es el único distribuidor en España que tiene un proceso de decisión a priori que incluye la trazabilidad como un elemento imprescindible.

Trazabilidad

Su política de compra muestra un compromiso de combatir la pesca ilegal, al rechazar los productos cuyo origen sean barcos presentes en las diferentes listas negras oficiales.

Retirar lo peor

LIDL muestra su compromiso con la situación de los océanos al retirar de su oferta muchas de las especies de la Lista Roja de Greenpeace, entre otras el pez espada, los tiburones y la gallineta nórdica procedente de arrastre.

Etiquetado

LIDL facilita el nombre científico y la zona FAO de captura en sus conservas, lo que significa que proporciona más información que la requerida por la legislación actual.

Los ingredientes que faltan

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

En los supermercados LIDL se pueden encontrar productos pesqueros certificados MSC, entre ellos el abadejo de Alaska. Greenpeace no apoya ningún sistema de certificación de manera global porque no garantiza la protección de los stocks salvajes y otras especies marinas.

Transparencia

A pesar de que en su página web muestran sus acciones y compromisos con el medio ambiente, no han hecho pública su política de compra de pescado.

Etiquetado

LIDL cumple la legislación española sobre etiquetado. Pero Greenpeace considera que esta información se debería ampliar indicando en la etiqueta, o por otros medios, el arte específico de captura y el nombre del stock de origen, entre otros

Ventas en 2008: 2.238 millones de euros

Nº establecimientos: 474

LIDL Supermercados entró en España en 1994. Pertenece al grupo alemán Schwarz, segundo líder europeo en el sector del "superdescuento" y segundo también en España, tras DIA.

LIDL Supermercados ocupa la sexta posición en el sector de la "gran distribución" en España al facturar 2,67% de los 76.790 millones de euros facturados (1).

Estos supermercados apuestan por la marca propia y en España no cuentan con la sección de pescado fresco, sí de conservas y congelados.

(1) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.

www.lidl.es

www.parentesys.es/



Carrefour – Más transparencia e información. 40,02%

La receta de Carrefour

A pesar de ocupar el último lugar en el ranking del año 2009, Carrefour ha mostrado una mayor transparencia a la hora de responder a las demandas de información por parte de Greenpeace y exponer su política de compra de productos pesqueros. Fue el primer gran distribuidor en retirar el atún rojo de su oferta en el año 2007.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

El Grupo Carrefour cuenta con una política de compra sostenible de productos pesqueros que incluye la trazabilidad, la no compra-venta de inmaduros, las condiciones de trabajo, estudios técnicos de especies amenazadas y la difusión de ventajas del consumo del pescado sostenible.

Trazabilidad

Existe un compromiso de combatir la pesca ilegal al rechazar los productos que hayan sido capturados por buques presentes en las listas negras oficiales de las organizaciones regionales de pesca.

Transparencia

Carrefour colabora con Greenpeace facilitando información sobre su política de compra y respondiendo al cuestionario para la elaboración de este ranking.

Los ingredientes que faltan

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

El Grupo Carrefour fue el primero en eliminar de su oferta el atún rojo en 2007. Sin embargo, en las diferentes secciones de venta de productos pesqueros hay una presencia importante de la lista roja de especies de Greenpeace para España.

Transparencia

A pesar de que en su página web muestran sus acciones y compromisos con el medio ambiente, todavía falta más información relativa a la situación de los océanos y su compromiso por salvarlos

Etiquetado

El Grupo Carrefour no facilita más información que la exigida por ley en España. Greenpeace considera que esta información se debería ampliar e indicar además (en la etiqueta o por otros medios) el arte específico de captura y el nombre del *stock* de origen, entre otros.

Hipermercados Carrefour

Supermercados Carrefour Express y Carrefour City

Ventas en 2008: 15.181 millones de euros

Nº hipermercados y supermercados: 277

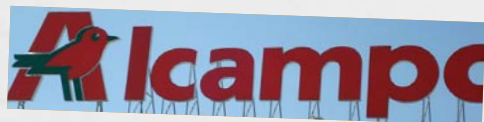
El Grupo Centros Comerciales Carrefour está presente en España desde principios de los años 70. Es filial del Grupo Carrefour, líder en Europa del sector de la distribución comercial y en segundo lugar en el ranking mundial por cifra de ventas.

En España los Centros Comerciales Carrefour, junto al grupo Dia, son los grandes distribuidores que más facturan, ocupan la primera posición al facturar el 19,46% del total, 76.790 millones de euros (1).

El Grupo Dia, con los supermercados Dia Maxi y Dia Market, son los centros de superdescuento del grupo Carrefour, pero tiene diferente departamento de calidad y desarrollo sostenible, por lo son independientes en cuanto a su política de compra de productos pesqueros.

(2008. Informe Centros Comerciales Carrefour)

(1) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.



Alcampo – Tomando medidas hacia la sostenibilidad. 24,54%

La receta de Alcampo

A pesar de que en el primer ranking de Greenpeace ocupó una de las últimas posiciones, el grupo Auchan está poco a poco desarrollando una política de compra sostenible de pescado. En octubre de 2009 anunció a nivel global la retirada de sus mostradores de varias especies en peligro, entre ellas los tiburones. Esta decisión se unía a la del cese de venta de atún rojo de 2008.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

Alcampo empezó a desarrollar una política de compra sostenible de productos pesqueros en 2009, incluida en una política a nivel global del grupo internacional. Este documento incluye apoyar la pesca sostenible, la compra de producto local, los estudios técnicos de especies amenazadas y la sensibilización a los consumidores.

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

Además de apoyar la pesca local, el Grupo Auchan ha retirado a nivel global todas las especies de tiburones en peligro. En España añadió a la lista la platija americana y las gallinetas. Todas estas especies están incluidas en *Lista Roja* de Greenpeace. Esta decisión se unía a la tomada en 2008 de dejar de vender atún rojo.

Transparencia

Alcampo colabora con Greenpeace facilitando información sobre su política de compra.

Los ingredientes que faltan

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

El Grupo Auchan debe continuar con la retirada paulatina de especies en peligro, ya que todavía se pueden encontrar la mayoría de las presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace.

Transparencia

A pesar de que en su página web muestran sus acciones y compromisos con el medio ambiente, es necesaria más información relativa a la situación de los océanos y su compromiso por salvarlos.

Trazabilidad

El Grupo Auchan no ha desarrollado un sistema que pueda trazar cualquier producto pesquero desde el barco que lo capturó al consumidor, lo que dificulta poder garantizar el origen legal de las capturas.

Alcampo

Ventas en 2008: 3.900 millones de euros

Nº hipermercados: 50

Sabeco, Simply Market, Hipersimply, Simply Market City

Ventas en 2009: 984 millones euros

Nº de hipermercados y supermercados: 124

Alcampo es la filial de hipermercados en España del Grupo Auchan. También está presente a través de la cadena de supermercados Sabeco, además de otras actividades.

Supermercados Sabeco S.A. y Alcampo nacieron en Zaragoza, la primera en los años 60 y la segunda en 1981.

El Grupo Auchan ocupa la cuarta posición en el sector de la "gran distribución" en España. Supone el 6,46% de los 76.790 millones de euros totales facturados por este sector (2).

(2008. Informe de Responsabilidad Social Corporativa Alcampo)

www.simply.es

(1) www.alcampo.es

(2) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.



Eroski – Empezando a trabajar por los océanos. 21,78%

La receta de Eroski

Eroski apuesta por su marca propia de productos frescos Eroski-NATUR, incluidos los productos de pescadería. Ha mejorado la transparencia e información y el apoyo a iniciativas que mejoren la sostenibilidad de los productos pesqueros.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

Greenpeace considera que el protocolo con el que cuenta Eroski para sus productos de marca propia Eroski-NATUR es un buen comienzo a la hora de buscar soluciones a la crisis de los océanos.

Transparencia

Eroski ha colaborado en las tres ediciones del ranking de Greenpeace facilitando la información requerida por la organización.

Los ingredientes que faltan

Política de sostenibilidad

Greenpeace considera que Eroski debe mejorar su política de compra de pescado y ampliarla a otros productos en sus secciones de fresco, congelado y conserva.

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

En los centros Eroski se pueden encontrar la mayoría de las especies presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace. Es especialmente preocupante que el amenazado atún rojo siga estando en sus mostradores, a pesar de la crítica situación en la que se encuentra.

Eroski debe incorporar a su política de compra el criterio de una retirada paulatina de las especies más amenazadas de forma inmediata.

Transparencia

Para una buena comunicación con sus clientes, el Grupo Eroski debería poner a su disposición más información sobre los criterios ambientales y sociales presentes en su política de compra de pescado.

Eroski, Eroski Center, Eroski City, Caprabo

Ventas en 2008: 9.013 millones de euros

Nº de hipermercados y supermercados: 1.173

El grupo Eroski es una cooperativa que empezó su actividad en España hace casi 40 años.

Es una de las principales empresas de distribución en España, donde los trabajadores son socios de la cooperativa.

Eroski ocupa la tercera posición en el sector de la "gran distribución" en España con el 11,74% de los 76.790 millones de euro facturados (1).

(2008. Memoria Eroski)

(1) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.



Mercadona – Avances importantes pero insuficientes. 19,18%

La receta de Mercadona

Como principal gran distribuidor en España, y al tratarse de una gran empresa familiar, Mercadona debe asumir su responsabilidad sobre el estado de sobreexplotación a la que se enfrentan los mares y océanos y desarrollar una política de compra sostenible que garantice la retirada de sus mostradores de las especies en peligro y que apoye iniciativas de pesca sostenible.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

Mercadona está trabajando con sus proveedores para mejorar la sostenibilidad de sus productos pesqueros.

Retirar lo peor

Algunas de las especies de la Lista Roja de Greenpeace, como el aún rojo y las gallinetas, no se pueden encontrar en las diferentes secciones de venta de pescado.

Trazabilidad

Mercadona exige a sus proveedores trazabilidad total hasta el barco de captura y garantiza que todos sus productos proceden de actividades legales, al contrastar los datos con las listas negras de las organizaciones regionales de pesca.

Transparencia

Mercadona colabora con Greenpeace facilitando información sobre su política de compra y su relación con sus interproveedores.

Etiquetado

Mercadona añade como información a los consumidores el nombre del puerto de desembarco para los productos frescos.

Los ingredientes que faltan

Política de sostenibilidad

Greenpeace reconoce que Mercadona está haciendo un esfuerzo, pero todavía no hay escrita una política de compra sostenible ni hay unos plazos claros de ejecución.

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

En las tiendas Mercadona se pueden encontrar la mayoría de las especies presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace. Mercadona debe incorporar a su política de compra una retirada paulatina de los peores ejemplos presentes en esta lista.

Transparencia

A pesar de que Mercadona es la empresa mejor valorada en España por el *Reputation Institute* de Nueva York en cuanto a su Responsabilidad Social Corporativa, ni en sus memorias ni en su página web se puede encontrar referencia alguna a sus criterios ambientales y sociales en cuanto a su política de compra de pescado.

Etiquetado

En las tiendas Mercadona se pueden encontrar productos etiquetados de manera incompleta tanto en su nombre científico como en el común.

Facturación en 2009: 15,505 millones de euros

Nº de tiendas: 1.264

Mercadona empezó su vida empresarial en Valencia en los años 70 y actualmente tiene presencia en casi todo el territorio nacional.

Es una de las empresas familiares más grandes del mundo.

A nivel individual, Mercadona lidera el sector de la "gran distribución" en España al facturar 18,60 % de los 76.790 millones de euro facturados (1).

(2009. Memoria anual Mercadona)

(1) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.



La receta de El Corte Inglés

Durante las dos ediciones anteriores del ranking de Greenpeace El Corte Inglés se mantuvo en los puestos intermedios de la tabla, pero su baja proactividad a la hora de tomar medidas que mejoren su política de compra para hacerla más sostenible y la falta de una retirada real de especies de sus mostradores, ha hecho que pase a ocupar la última posición en la actual edición. Greenpeace considera que, además de asegurar la calidad del producto, se debe garantizar la sostenibilidad del origen y que no provenga de actividades ilegales.

Los mejores ingredientes

Política de sostenibilidad

El Corte Inglés ha desarrollado una política de compra de pescado que recoge sus compromisos sobre calidad de los productos que ofrece a los consumidores.

Retirar lo peor

El Corte Inglés se ha comprometido a no ofrecer en sus mostradores varias de las especies presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace en 2009 y 2010. Sin embargo, la organización ha podido comprobar que se trata de especies que no están presentes en sus supermercados.

Transparencia

El Corte Inglés ha mantenido varias reuniones con Greenpeace y colabora con otras ONG.

Apoyar lo mejor

El Corte Inglés apoya algunas iniciativas de sostenibilidad pesquera, distribuyendo sus productos. Pero no existe una política para aumentar este tipo de productos sostenibles en su oferta.

Los ingredientes que faltan

Política de sostenibilidad

El Corte Inglés dispone de una política de compra de pescado en la que falta una referencia a unos criterios ambientales y sociales específicos y un compromiso firme de retirada paulatina de especies presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace.

Retirar lo peor y apoyar lo mejor

En los centros pertenecientes al Grupo el Corte Inglés se pueden encontrar la mayoría de las especies presentes en la *Lista Roja* de Greenpeace. Es especialmente preocupante que el amenazado atún rojo se pueda seguir encontrando en sus mostradores, a pesar de de la crítica situación en la que se encuentra.

Transparencia

Para una buena comunicación con sus clientes, el Grupo El Corte Inglés debería poner más información a disposición de los mismos en referencia a sus criterios ambientales y sociales presentes en su política de compra de pescado.

Trazabilidad

El Grupo El Corte Inglés no ha desarrollado un sistema que pueda trazar cualquier producto pesquero desde el barco que lo capturó al consumidor, lo que dificulta garantizar el origen legal de las capturas.

Hipercor, Opencor, Supermercados El Corte Inglés y Supercor

Ventas en 2008: 17.372 millones de euros

Nº de hipermercados y supermercados: 1.173

El Grupo El Corte Inglés nació en España hace más de 70 años.

Es el grupo distribuidor global más importante a nivel nacional y uno de los líderes mundiales de grandes almacenes.

Teniendo en cuenta sólo sus centros dedicados a alimentación, El Corte Inglés ocupa la quinta posición en el sector de la "gran distribución" en España al facturar el 6,23% de los 76.790 millones de euros totales del sector (1).

(2008. Informe de Responsabilidad Social Empresarial)

www.elcorteinglescorporativo.es

(1) Julio 2009. Anuario de Distribución 2009/2010. Información y Distribución S.L.

El último atún rojo

El atún rojo es una especie que se encuentra en lo alto de la cadena trófica por lo que su desaparición puede tener consecuencias muy negativas para el resto del ecosistema marino. Aún así, esta especie ha sido sometida a unos niveles muy altos de sobreexplotación, lo que ha provocado que sea hoy una especie amenazada y que la pesquería de atún rojo en el Mediterráneo esté al borde del colapso.

Los científicos aseguran que sólo queda el 15% de los atunes reproductores que había en el Mediterráneo.

La pesca ilegal (la no declaración de las capturas correctas a las autoridades) muy relacionadas con las actividades de engorde de atún rojo, son la principal amenaza a la población de esta especie. Al mismo tiempo, la pesca artesanal se ve afectada negativamente al ver cómo cada vez hay menos atún rojo y el grueso de las capturas se lo llevan las flotas industriales de cerco que operan para las granjas de engorde.

El nivel de sobreexplotación de la especie llegó a tal extremo que en la pasada reunión de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de fauna y flora silvestres (CITES en sus siglas en inglés), en Qatar durante el mes de marzo de 2010, el Principado de Mónaco propuso la inclusión del atún rojo en el Apéndice I de dicha Convención, lo que hubiera garantizado el máximo nivel de protección dentro de este Convenio. La propuesta no fue aprobada y ahora el futuro de esta especie continúa en manos de la Comisión Internacional para la Conservación del Atún Atlántico (CICAA), cuyos miembros deben garantizar que esta especie amenazada no desaparezca. La situación es poco esperanzadora, ya que ha sido la gestión de la CICAA, calificada de “desastre internacional”, la que ha llevado a esta especie al borde del colapso. Greenpeace lleva pidiendo el cierre de esta pesquería desde el año 2006 y la creación de un Santuario Balear desde el año 2008.

El consumo de esta especie, que se realiza como sushi o sashimi, está en auge en el mercado japonés y esta moda culinaria se está introduciendo en Europa. Greenpeace pide a los supermercados que dejen de ser cómplices de la desaparición del atún rojo y dejen de vender esta especie.

- La talla mínima de captura del atún rojo es de 30 kg en el Mediterráneo, que corresponde a la talla de primera madurez. Pescarlos con menor peso es ilegal y además implica que nunca se reproducirán.
- Casi el 67% de los atunes capturados en la temporada de pesca de 2008 en el caladero de las Islas Baleares y engordados en granjas españolas pesaban menos de 40 kg cuando fueron capturados².
- Entre julio de 2008 y mayo de 2009, el 46% del atún fresco vendido en Japón proveniente de granjas de engorde no cumplía con el tamaño mínimo en el momento de la captura³.
- CICAA 2009: los últimos datos científicos demuestran que, para que los *stocks* se recuperen en un 50% en 2023, la captura anual de atún rojo debería de limitarse a 8.000 toneladas⁴.
- Reunión de la CICAA 2009, Recife, Brasil. A pesar de las repetidas llamadas para el cierre de la pesquería, la Comunidad Europea, los países pesqueros del Mediterráneo y Japón han forzado en esta reunión anual que se establezca una captura de 13.500 toneladas (7104 t para la Unión Europea), prácticamente el doble de lo recomendado por los propios científicos de la CICAA.
- Los propios científicos de la CICAA demostraron que la actual población reproductiva de esta especie es menor de un 15%, lo que significa que el atún rojo cumple los criterios para ser incluido en CITES⁵.

ATÚN ROJO (*Thunnus thynnus*):

Habita en el hemisferio Norte a ambos lados del océano Atlántico, puede pesar 600 kilogramos, alcanzar longitudes de tres metros y vivir más de 30 años. Tiene una temperatura interna de 21°C gracias a la cual puede realizar grandes rutas migratorias.

Protección para los océanos: Reservas Marinas

Desde el año 2008, Greenpeace pide al Gobierno español la declaración de un santuario al sur de las Islas Baleares, como una gran Reserva Marina que proteja una de las zonas de puesta y alevinaje de atún rojo en el mar Mediterráneo.

Estas aguas albergan multitud de especies y además son zona de reproducción de algunas tan importantes como el atún blanco o bonito (*Thunnus alalunga*), la melva (*Auxis rochei*), la bacoreta (*Euthynnus alletteratus*), el bonito del Atlántico (*Sarda sarda*) y el atún listado (*Katsuwonus pelamis*). Al declarar este santuario se acabaría también con la muerte accidental de entre 20.000 y 30.000 tortugas que mueren anualmente en la zona, especies catalogadas por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN, por su siglas en inglés) como vulnerables o en peligro.

La creación de esta Reserva Marina favorecería también a los pescadores tradicionales y la recuperación de las poblaciones pesqueras del sur de las Islas Baleares. El Gobierno balear ya ha aprobado dos resoluciones en las que instan al Estado español a la puesta en marcha de medidas para conservar el atún rojo, como la creación de áreas de especial protección. La declaración de este santuario haría prevalecer el respeto al medio ambiente sobre los intereses económicos a corto plazo.

Greenpeace trabaja para el establecimiento de una red de Reservas Marinas a escala global que cubra el 40% de la superficie marina en aguas internacionales, como medida urgente para proteger la biodiversidad marina, y que podría ser clave para invertir la actual crisis pesquera.



¿Qué esconde una lata de atún?

Actualmente se es consciente de que el atún rojo está en peligro y que es necesario actuar para no agotar sus últimos *stocks* de los mares y océanos. Pero, ¿qué se esconde tras una lata de atún?

¿Cuáles son las diferentes especies con las que acompañamos nuestras comidas favoritas? ¿Qué impactos tiene su captura?

¿Hay latas en el mercado que garanticen la sostenibilidad de la pesca del atún que hay dentro?

El apetito mundial que existe por estas especies es mayor que lo que los océanos pueden soportar. A nivel global, los diferentes *stocks* de atún están empezando a sufrir sobrepesca y en algunos casos se está llegando a un posible punto de colapso, aunque la situación de las diferentes especies en los distintos mares y océanos no es la misma.

Greenpeace trabaja para la recuperación de los *stocks* de atún hasta un estado saludable, y considera que la declaración de Reservas Marinas tanto en las aguas internacionales del Pacífico como del Mediterráneo son un importante paso para conseguirlo. En el océano Pacífico, donde el problema de la sobrepesca es más reciente, la reducción del esfuerzo pesquero a la mitad aseguraría un futuro a la pesquería.

Pero no se trata sólo de la cantidad de atún que se pesca, sino también de cómo ha sido capturado. En la sección de conservas de cualquier supermercado podemos encontrar diferentes latas con diferentes especies de atún dentro de ellas. Lo que no dice la etiqueta es que ha podido ser capturado con red de cerco, utilizando dispositivos de agregación de peces (FAD por su siglas en inglés), con palangre, red de enmalle, almadraba, al curricán, línea de anzuelos, caña, entre otros.

Los métodos de pesca industriales están sometiendo a una gran presión a los diferentes *stocks*. Los grandes palangreros pueden llegar a tener un 40% de descartes y provocar la muerte de especies en peligro como tiburones, tortugas, cetáceos y aves marinas. Al igual que los FAD, con los que se captura una gran cantidad de atún, como rabil y patudo, antes de que lleguen a reproducirse.

Greenpeace pide a los supermercados y a la industria relacionada que cese la comercialización de especies como el atún rojo, el rabil, el patudo y el listado; cuya pesca está relacionada con la sobreexplotación de los *stocks*, métodos de pesca insostenibles como la pesca de cerco con FAD y los grandes palangreros; grandes capturas de descartes; y les anima a que apoyen la pesca selectiva como la de caña y anzuelo, como una alternativa más sostenible y equitativa.

El sello “Dolphin Safe”

Este sello indica que los delfines no han muerto atrapados en las redes atuneras. Greenpeace apoya este objetivo. Sin embargo, hay que llamar la atención sobre no tener en consideración si el atún ha sido capturado de forma sostenible, ni tiene en cuenta otros impactos sobre la vida marina. Tampoco garantiza que se haya pagado de manera equitativa a los estados costeros por el acceso a sus aguas.

Atún listado de caña, sostenible y equitativo. Guía para distribuidores⁶

Greenpeace presentó el estudio de un caso práctico que muestra el modelo maldivo de pesca con caña de atún listado como ejemplo para que los supermercados comprueben que es posible contar con atún sostenible en su oferta. Además, Greenpeace demostró que hay una demanda del mercado de productos de atún listado sostenible y equitativo, lo que apoya también el desarrollo de este tipo de pesquerías.

Trazabilidad contra la pesca ilegal

La pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (INDNR) es una amenaza que pone en peligro no sólo la salud de los océanos y las poblaciones de peces, sino que también deja a las comunidades locales de los países de África y el Pacífico sin sustento y sin alimentos. La cantidad de pescado que escapa a los controles y regulaciones pesqueras representa el 20% del promedio de la captura legalmente declarada, pero este porcentaje se eleva drásticamente para determinadas especies y zonas.

En especies como el salmón, la pesca ilegal puede llegar a ser de un 60%; alrededor del 33% de las capturas de atún rojo no se declaran; en el caso de los tiburones, las capturas declaradas representan casi la misma cantidad que las declaradas; y en las aguas de África occidental la pesca ilegal puede representar hasta el 50% del total de las capturas⁷.

La pesca ilegal genera cada año entre 10.000 y 23.000 millones de dólares⁸. Este número tan alarmante, no tiene en cuenta los daños causados a la destrucción de los ecosistemas marinos vulnerables al utilizar métodos de captura muy destructivos y no selectivos, ni el impacto producido sobre las comunidades costeras cuyos únicos medios de subsistencia desaparecen.

Greenpeace advierte que la carrera por capturar el último pez en los océanos tendrá impactos incalculables para la humanidad en un futuro próximo. Greenpeace pone a disposición de los distribuidores, de los grandes supermercados y de otros sectores interesados, una base de datos *on-line*⁹ donde están recogidas las empresas y barcos relacionados con la pesca pirata y actividades ilegales. Esta lista negra es una herramienta que permite identificar y certificar la legalidad del pescado que comercializan.

blacklist.greenpeace.org

Se trata de una base de datos de los buques y empresas que relacionadas con la pesca ilegal (INDNR). Esta lista se realizó integrando observaciones independientes del sector pesquero legal, de las autoridades gubernamentales y a través de observaciones de Greenpeace y otras ONG, que registraron las actividades de estos buques y empresas en el mar y puertos de todo el mundo.

¿Conoces lo que compras?

La correcta identificación del pescado para su venta es una de las maneras de combatir la pesca ilegal. Greenpeace pide a los supermercados que garanticen una trazabilidad completa del pescado que comercializan, que incluya desde el barco hasta el mostrador, esto evitaría los transbordos de pescado ilegales que ocurran en el mar a modo de blanqueo de la captura. Además de garantizar la trazabilidad, Greenpeace pide que para cualquier producto que contenga pescado (incluidos los procesados y enlatados) el etiquetado incluya:

- nombre común y nombre científico completos; zona de captura según está definida por la FAO y el *stock* específico;
- método de producción (salvaje o acuicultura);
- tipo de barco y arte de pesca específico empleado;

Para las especies de acuicultura debe aparecer además el país de origen si se trata de una especie de la zona o introducida y el método utilizado.

¿Etiquetas sostenibles?

En la última década, estamos asistiendo a una presencia cada vez mayor de productos pesqueros etiquetados con alguna certificación. Todos estos sellos aseguran que el pescado que están certificando ha sido capturado o producido de forma sostenible y que son la mejor opción para los consumidores. Sin embargo, Greenpeace considera que en la actualidad no hay ningún sistema de certificación para pesca sostenible.

Hoy en día, la etiqueta puede como mucho ayudar a identificar la mejor oferta disponible de una pesquería en particular. Sin embargo, el sistema de etiquetado actual no muestra información sobre si la pesquería en concreto es sostenible, ni garantiza que los productos han sido capturados de manera legal.

Greenpeace defiende que es labor de los distribuidores y supermercados, a nivel individual, asegurar que en sus mostradores sólo ofrece pescado cuyo origen, tanto del mar como de acuicultura, es sostenible.

“La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) estima que el 80% de los recursos pesqueros con mayor valor comercial están totalmente sobrexplotados, sobreexplotados o agotados, y sólo el 1% se está recuperando¹⁰”.

El verdadero precio de la pesca industrial

Los mares y océanos del mundo están en crisis. La intensificación del consumo de pescado ha incentivado a la industria pesquera a adoptar métodos de captura muy poco selectivos y muy destructivos. La única “ventaja” de esta manera industrial de pescar es que puede capturar más pescado en menos tiempo, sin tener en cuenta los costes para los ecosistemas, lo que favorece una comercialización intensiva de pescado a bajos precios, como la llevada a cabo por los grandes distribuidores que dominan el mercado.

Actualmente, el precio que pagamos por el pescado está lejos de reflejar el verdadero precio justo del producto. Al valor actual, debemos añadir:

- El precio de la destrucción de los fondos marinos y hábitats sensibles con las grandes redes de arrastre de profundidad que arrasan los fondos del océano.
- El precio de las capturas no deseadas de una cantidad importante de especies no objetivo sin valor comercial y de otras especies marinas que son devueltas al mar muertas o moribundas.
- El precio del derroche de las toneladas de peces que aun siendo especies comerciales, son descartadas antes de llegar a puerto por no corresponder con los criterios de mercado.
- El precio del aumento de la pobreza y la pérdida de la soberanía alimentaria en países africanos y del Pacífico, cuyas aguas están siendo saqueadas por estas grandes industrias, que amenazan la subsistencia y supervivencia de sus habitantes.

Con técnicas pesqueras selectivas sería posible conservar las poblaciones de peces para las generaciones futuras y mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales. Es crucial incentivar el consumo responsable de pescado.

A los impactos negativos de la sobrepesca y a los acuerdos pesqueros poco justos, hay que añadirles la pesca ilegal, no declarada o no reglamentada.

¿Qué es una pesquería sostenible?

Greenpeace pide un cambio sustancial donde las pesquerías dominadas por métodos destructivos de gran escala e intensivos se transformen en pesquerías de menor escala, centradas en la comunidad, que requieren más trabajadores y utilizan tecnología ecológicamente responsable, de pesca selectiva y prácticas responsables desde el punto de vista medioambiental. Greenpeace pide a los supermercados que apoyen el cambio en la industria de pesca, adoptando políticas de compra y venta que incentiven el consumo de pescado proveniente de pesquerías sostenibles.

Una pesquería sostenible:

- 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 asociada 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 mercado.

Greenpeace fundamenta sus criterios para una pesca sostenible en el Código de Conducta para la Pesca Responsable de la FAO.

El derroche de la pesca industrial

En muchas de las pesquerías industriales, las capturas accidentales o descartes representan una gran parte de las capturas totales, muchas veces formadas por mamíferos y aves marinas, tortugas, otros peces más pequeños... La cantidad varía según los mares y los métodos de pesca utilizados y puede suponer entre el 20 y 60% de las capturas totales¹¹. El nivel global de pérdidas anual estimado puede suponer entre 6 y 27 millones de toneladas, pudiendo ser en algunos casos de 40 millones¹².

En el caso de la pesca de langostino tropical, los descartes pueden llegar a suponer 9 kilos por cada kilo de langostino¹³.

La Política Pesquera Común

La Política Pesquera Común (PPC) es la herramienta principal utilizada por la Unión Europea para regular las actividades pesqueras, tanto en aguas comunitarias como la realizada por la flota europea en aguas extracomunitarias. En este momento, está en proceso de revisión y será efectiva en 2013. La reforma de esta política, en vigor desde 1983, nace del reconocido fracaso de la misma, una vez que “los objetivos que garantizan la viabilidad de las pesquerías no se han cumplido”, como afirma la propia Comisión Europea (CE).

Los fallos de gestión más importantes, presentados en el Libro Verde de la Comisión Europea publicado en 2009¹⁴, son:

- La sobreexplotación de los *stocks*: el 88% de los *stocks* en aguas comunitarias están sobreexplotados.
- La sobrecapacidad de las flotas pesqueras. Según la mayoría de las ONG que han contribuido en los comentarios al Libro Verde, el tamaño de algunas flotas europeas es entre dos y tres veces superior a lo que sería necesario para capturar las cuotas asignadas.
- La pérdida progresiva de empleos en el sector.
- La gestión exclusiva a corto plazo, con excepciones constantes de las reglas.
- Acuerdos bilaterales que no han cumplido el compromiso de desarrollar el sector pesquero, sino que han contribuido a la exportación de la sobrecapacidad de la flota europea hacia los países del Sur.

Greenpeace pide que esta nueva reforma sea una oportunidad para que Europa se desmarque definitivamente del modelo actual basado en la producción y que permita el acceso a los recursos y a las ayudas sólo a las empresas y países que cumplan con la normativa y de forma preferente a quienes contribuyan al beneficio ambiental y social.

El saqueo de África occidental

Las aguas internacionales de los países costeros de África occidental se convirtieron en aguas de saqueo y destrucción, el paraíso para las empresas menos escrupulosas. Estas flotas registran a sus buques con banderas de conveniencia y utilizan las aguas internacionales como refugio, pescando en las aguas nacionales impunemente las cantidades y especies que más les interesen, y luego transbordan sus capturas a barcos legales y sin declarar su descarga ni su captura. En estos países, la poca capacidad de vigilancia de las aguas nacionales favorece la existencia de la pesca pirata como una actividad extremadamente lucrativa y de bajo riesgo. Se estima que los países africanos pierden anualmente ingresos de cientos de millones de dólares en pescado robado de sus aguas¹⁵.



¿Qué pide Greenpeace a los supermercados?

Greenpeace considera que 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 Greenpeace¹⁶, como fletán negro, gallinetas, merluza negra, pez sable, rape y tiburones de profundidad. Además de las distintas especies de atún amenazadas;
- **apoyar lo mejor:** aumentando la oferta de productos pesqueros sostenibles, tanto salvajes como de acuicultura^{17, 18};
- **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** de sus productos pesqueros en los que se pueda determinar hasta el barco que lo pescó, dónde, cómo y con evidencia de cumplimiento de las cuotas y no vender pescado ilegal;
- **mejorar el etiquetado:** los consumidores y consumidoras tienen el derecho a que los supermercados les garanticen que todos los productos que ofertan son sostenibles, ya que ellos no tienen acceso a toda la información necesaria;
- **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.

La sostenibilidad en los supermercados fuera de nuestras fronteras

Tras casi cinco años de movilización por la sostenibilidad del pescado que llega a nuestros platos, este movimiento cuenta en la actualidad con el apoyo de numerosas ONG. Greenpeace ofrece información específica sobre este tema y consolida este movimiento al trabajar de forma proactiva con distribuidores, restaurantes y otros sectores implicados.

En 2005, Greenpeace Reino Unido publicó el primer ranking de supermercados que analizaba las políticas de compra sostenible de productos pesqueros. Este primer ranking inició el movimiento por la sostenibilidad de los productos pesqueros. Esta iniciativa viajó desde el Reino Unido hasta el norte y centro de Europa y de ahí al sur de Europa, Norteamérica, Nueva Zelanda y Australia.

Los consumidores tienen derecho a saber qué llega a sus platos, de dónde viene, cómo se captura, qué especie es y también tener la certeza de que el pescado que compran sea legal. Los consumidores quieren adquirir productos pesqueros y disfrutar de unos mares y océanos saludables también en el futuro. Por este motivo se preocupan por la sostenibilidad de los productos que compran. Los supermercados han reaccionado a este hecho mejorando el etiquetado de los productos que venden, eliminando de sus mostradores los que provienen de pesquerías o de acuicultura insostenibles y estableciendo sus propios criterios sobre lo que consideran insostenible y sostenible para venderlo en un futuro.

Teniendo en cuenta el impulso que ha adquirido este movimiento, los supermercados no pueden ser ajenos a la necesidad de asumir su responsabilidad. Mediante iniciativas y actitudes punteras y asumiendo la responsabilidad sobre sus productos pesqueros a la venta, los distribuidores se están posicionando a la vanguardia de este movimiento. Los consumidores de países como Reino Unido, Alemania y Holanda ya han sabido reconocer y agradecer este cambio de actitud en sus supermercados.

¿Qué pueden hacer los consumidores?

Los consumidores tienen el derecho y la responsabilidad de escoger el pescado que compran y de hacerlo en los puntos de venta donde les garanticen que el origen no es la destrucción de los océanos.

Además, Greenpeace pide a los consumidores que no sean cómplices de la destrucción y no compren especies en peligro o relacionadas con métodos de pesca y acuicultura insostenible.

¡Escoge bien tu pescado, no muerdas el anzuelo!

Cinco criterios para un consumo responsable de pescado:

- **Come menos pescado:** los océanos no pueden soportar el continuo aumento de consumo.
- **Rechaza los inmaduros:** no los consumas y denuncia su venta al Servicio de Protección de la Naturaleza (062).
- **Mejor el más cercano:** piensa en el gasto energético que supone el transporte y en el impacto sobre las poblaciones locales que pierden acceso a sus recursos.
- **La pesca selectiva es más sostenible:** mejor consumir especies capturadas con anzuelos y redes artesanales que con redes industriales, en las que apenas hay selección de lo que se captura.
- **La acuicultura no es la solución a la crisis de los océanos:** la mayoría de las especies criadas o engordadas en granjas necesitan de otros peces para alimentarse. Consume solamente especies herbívoras y marisco obtenidos de forma sostenible.

LISTA ROJA DE GREENPEACE DE ESPECIES PESQUERAS PARA ESPAÑA

La *Lista roja* de especies pesqueras de Greenpeace para España incluye quince especies vendidas en los supermercados españoles que pueden provenir de una pesca o acuicultura insostenibles.

<http://webs.greenpeace.es/mercados/index.html>



Greenpeace es una organización independiente que usa la acción directa no violenta para exponer las amenazas al medio ambiente y busca soluciones para un futuro verde y en paz.

Este material ha sido producido gracias a las aportaciones económicas de los socios de Greenpeace.

Greenpeace España
San Bernardo 107, 1ª
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 93 910 43 94

Hazte socio.
Llama al 902 100 505 o
visita www.colaboraongreenpeace.org

UNA RECETA PARA EL DESASTRE

El apetito insaciable de los supermercados por los productos pesqueros
www.greenpeace.org/espana/reports/una-receta-para-el-desastre

REFERENCIAS

- (1) Myers RA, Worm B (2003). Rapid worldwide depletion of predatory fish communities. *Nature* 423: 280–3.
- (2) www.greenpeace.org/espana/news/091111-01
- (3) www.greenpeace.org/espana/news/091111-01
- (4) www.greenpeace.org/espana/news/los-cient-ficos-apoyan-la-prop
- (5) www.greenpeace.org/espana/news/los-cient-ficos-apoyan-la-prop
- (6) www.greenpeace.org/international/press/reports/retailers-guide-skipjack
- (7) The Global Extent of Illegal Fishing (2008), MRAG and Fisheries Centre, University of British Columbia
- (8) The Global Extent of Illegal Fishing (2008), MRAG and Fisheries Centre, University of British Columbia
- (9) <http://blacklist.greenpeace.org/>
- (10) FAO (2008). The state of world fisheries and aquaculture (SOFIA). <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0250s/i0250s.pdf>
- (11) De acuerdo con el Comité Científico, Técnico y Económico de Pesca de la UE para 2003-2005. http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_resources_and_environment/l66048_es.htm
- (12) Abril 2009. WWF. Defining and estimating global marine fisheries bycatch. www.panda.org/?uNewsID=160861
- (13) Abril 2009. WWF. Defining and estimating global marine fisheries bycatch. www.panda.org/?uNewsID=160861
- (14) Abril 2009. LIBRO VERDE. Reforma de la Política Pesquera Común
- (15) 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
- (16) Junio 2008. Lista Roja de Greenpeace de especies pesqueras para España: <http://webs.greenpeace.es/mercados/index.htm>
- (17) Octubre 2008. Criterios de Greenpeace para una pesca sostenible
www.greenpeace.org/espana/reports/090330
- (18) Enero 2008. La Industria Acuícola y de Engorde: un reto de sostenibilidad
www.greenpeace.org/espana/reports/la-industria-acu-cola-y-de-eng