

Floundering Around:

Una evaluación acerca de cómo los mayores supermercados europeos abordan los desafíos ambientales y sociales de la cría de pescados y mariscos.



El propósito de este informe es arrojar luz sobre problemas específicos de la industria relacionados con los impactos ambientales y sobre la seguridad alimentaria derivados del uso de pescado salvaje como insumo para piensos en la industria acuícola.

La información contenida en este documento se obtuvo de fuentes consideradas fiables y responsables pero sería errónea e incorrecta cualquier posible interpretación de este informe como una acusación contra un o varias de las compañías en él mencionadas. Los autores declinan toda responsabilidad por las pérdidas directas o indirectas derivadas del uso de este documento o de su contenido.

Este informe fue publicado en noviembre de 2021 por Changing Markets Foundation, Feedback, Deutsche Umwelthilfe, L214, Aquatic Life Institute Europe, Acción Planetaria, Transición Verde y Carro de Combate.

www.feedbackglobal.org
www.duh.de
www.l214.com
www.ali.fish
www.accionplanetaria.org
www.transicionverde.es
www.carrodecombate.com
www.changingmarkets.org

Diseño: Pietro Bruni - toshi.ltd



Resumen Ejecutivo

Este informe presenta una visión general de las políticas de abastecimiento sostenible de productos acuícolas de las mayores cadenas de supermercados de Europa, un tema clave para el sector de la distribución alimentaria a nivel mundial.

La propuesta es identificar a los líderes y a los rezagados en función de sus políticas y prácticas en tres áreas prioritarias:

1. Eliminación del pescado salvaje en los piensos acuícolas.
2. Seguimiento de la mortalidad en las piscifactorías y lista negra para los productores con tasas de mortalidad excesivas.
3. Transparencia en las cadenas de suministro acuícola y etiquetado de productos.

Nuestros resultados se basan en una revisión comparativa de los seis informes nacionales (en los que se desarrolla un sistema de puntuación) que cubren los **33 mayores actores del sector de la distribución alimentaria en Europa** (cadenas de supermercados) y que fueron publicados por la Fundación Changing Markets junto a otras organizaciones entre marzo de 2020 y mayo de 2021. Hemos complementado esta comparativa con información recogida a través de la correspondencia con estas mismas empresas entre junio y agosto de 2021, con el fin de ofrecer un análisis completo y actualizado de cómo se posiciona el sector en este tema tan crítico.

La industria acuícola mundial ha experimentado un crecimiento asombroso en las últimas cinco décadas, pasando de suministrar solo el 5% del pescado hace 40 años¹ a representar más de la mitad del pescado que comemos en 2021², lo cual ha tenido importantes costos ambientales y sociales. Esta industria no solamente tiene un impacto en la biodiversidad marina, especialmente a través de la extracción anual de millones de toneladas de peces pelágicos de las redes tróficas oceánicas para su uso en alimentos acuícolas,^A sino que también deja a determinadas comunidades en África Occidental, América Latina y otras áreas del Sur Global sin las proteínas esenciales y con un acceso deficiente a los medios de vida tradicionales. Además de esto, existe una creciente preocupación por

A Los peces pelágicos son aquellos que se encuentran cerca de la superficie del océano o a profundidades medias. A menudo se mueven en grandes cardúmenes, lo cual aumenta enormemente su detectabilidad (véase: <https://www.sciencedirect.com/topics/earth-and-planetary-sciences/pelagic-fish>).

el impacto que tiene la cría intensiva de peces sobre el bienestar de éstos (así como el de los “peces limpiadores”^B, que mueren prematuramente por millones cada año como resultado de unas prácticas deficientes.³

La acuicultura tiene el potencial de ayudar a aliviar la carga ejercida sobre los océanos, si ésta es implementada de manera sostenible. Para que pueda ser aprovechado este potencial, es fundamental la disociación de la acuicultura y de la pesca. Ya existen soluciones sostenibles, las cuales incluyen piensos alternativos para la acuicultura y cultivo de especies que no requieren alimento o que requieren menos insumos. También es clave una mayor transparencia para mejorar la huella ecológica de la industria acuícola.

La industria acuícola ofrece muy poca transparencia con respecto a sus prácticas de producción y oculta sistemáticamente las más oscuras: los informes corporativos y los materiales de marketing destacan las bajas emisiones de carbono del sector, así como el potencial para reducir la presión sobre las poblaciones de peces salvajes y alimentar con proteínas saludables una población mundial en crecimiento.⁴ Sin embargo, un alto número de publicaciones científicas y de investigaciones sobre el terreno (incluidas investigaciones de la Fundación Changing Markets) muestran que, con demasiada frecuencia, la realidad no coincide con las afirmaciones de estas empresas.

La ciudadanía y las organizaciones de la sociedad civil en los países donde existe producción acuícola y en las regiones que suministran pescado salvaje para la alimentación acuícola llevan años haciendo campañas para crear conciencia sobre los impactos dañinos de la industria acuícola. Sin embargo, las llamadas a una mayor asunción de responsabilidades y a una mayor transparencia en el sector apenas han sido atendidas. En cambio, se ha dado rienda suelta a las poderosas empresas multinacionales para expandir la producción sin que les sea exigida la adopción de ninguna de las prácticas sociales y ambientales responsables que serían acordes con dicho crecimiento. Las externalidades negativas como la contaminación producida por las piscifactorías, la pérdida de seguridad alimentaria o el daño a los medios de vida han sido excluidas de los balances de las empresas, y el verdadero coste de la cría de pescados y mariscos es asumido por el conjunto de la sociedad y, en la mayor parte de los casos, por aquellas comunidades que ya viven en la precariedad.

Por ejemplo, una investigación publicada por Just Economics en febrero de 2021 estimó que la cría de salmón ha generado costes privados y externos de 47 mil millones de dólares US desde 2013, de los cuales alrededor del 60% recaen en los productores y el 40% en la sociedad en su conjunto.⁵ Por otra parte, en junio de 2021, un informe de Greenpeace África junto con Changing Markets descubrió que, cada año, más de medio millón de toneladas de pescado extraído de las aguas de África Occidental, que podrían alimentar a más de 33 millones de personas en la región, están siendo convertidas en harina y aceite de pescado (FMFO, por sus siglas en inglés: Fish Meal and Fish Oil) cuyo destino son los piensos para acuicultura y ganadería, principalmente en Europa y en Asia.⁶

Una encuesta del Eurobarómetro de 2018 mostró que la mayoría de los ciudadanos de la UE (un 77%) compran pescado en tiendas de comestibles, supermercados e hipermercados.⁷ La facturación total del conjunto de la industria de la distribución alimentaria europea en 2018 fue de 3,5 billones de euros.⁸ Con su enorme peso financiero y su papel como intermediaria entre los productores acuícolas y los consumidores, los supermercados se encuentran posiblemente entre los actores más poderosos del mercado. Son los árbitros de las normas de producción de alimentos a través de sus cadenas de suministro; por tanto, deben hacer responsables a sus proveedores. Los consumidores son cada vez más conscientes de esta realidad: una encuesta realizada por la firma de investigación de mercados Mintel en 2021 ha concluido que el 23% de los consumidores ven a los distribuidores (por ejemplo, supermercados y minoristas online) como “quienes más responsabilidad tienen” para proteger el medio ambiente.⁹

^B Los productores acuícolas emplean peces limpiadores para controlar las infestaciones de piojos de mar en las piscifactorías, sufriendo éstos de altas tasas de mortalidad. El empleo de especies como el lábrido y el lumpo está muy extendido en Noruega y Escocia, donde se liberan en las explotaciones de salmón por millones. Estos peces limpiadores se pueden capturar en la naturaleza o ser criados.

Y, sin embargo, nuestro análisis muestra que, mientras en los lineales de los supermercados europeos, la cantidad de productos provenientes de la acuicultura empieza a superar a los productos de origen salvaje, el sector europeo de la distribución no está actuando con la debida diligencia sobre sus cadenas de suministro de pescado y de marisco de cría.

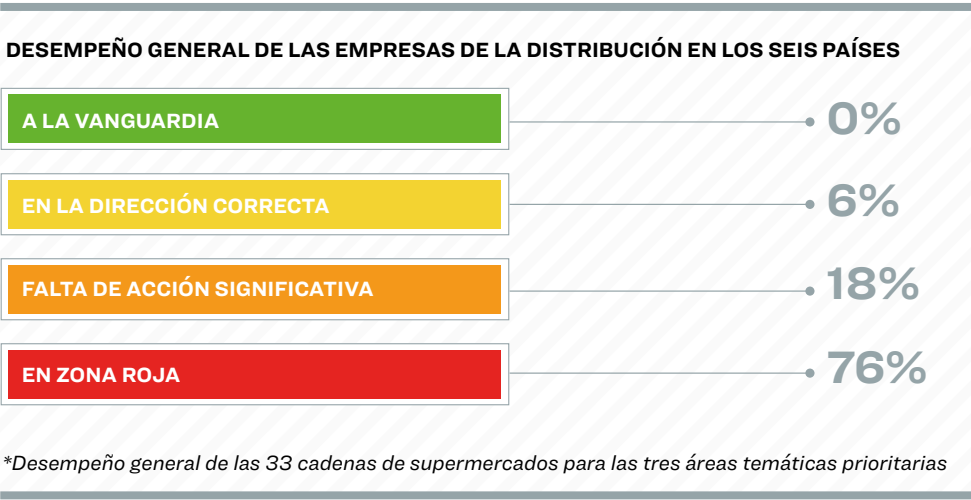
Principales resultados

Este informe presenta un análisis detallado de la información que recopilamos del sector de la distribución en el Reino Unido, Alemania, España, Suiza, Austria y Francia entre marzo de 2020 y agosto de 2021¹⁰, siendo los principales resultados:

- Ninguna cadena de supermercados tiene el objetivo claro de reducir, y en última instancia de eliminar, el pescado salvaje en los piensos, lo que significa que ninguna de las empresas puede garantizar que su cadena de suministro acuícola no dañe los ecosistemas marinos o los medios de vida de las personas y el acceso a los alimentos en aquellos países donde se produce el FMFO.
- Los supermercados están tomando medidas completamente insuficientes para proteger el bienestar de los peces en sus cadenas de suministro acuícola, lo cual resulta en maltrato y sufrimiento inaceptable de miles de millones de seres sensibles, tanto en las explotaciones acuícolas como en los océanos.
- Los supermercados están incumpliendo su deber de informar a sus clientes acerca del origen de los pescados y mariscos de cría vendidos. Además, nuestro análisis sugiere que algunos supermercados están incluso incumpliendo sus obligaciones legales con respecto al etiquetado de los productos acuícolas.

Nuestra evaluación del desempeño de los supermercados distingue cuatro categorías principales: **‘A la vanguardia’**, **‘En la dirección correcta’**, **‘Falta de acción significativa’** y **‘En zona roja’**, en cada una de las tres áreas temáticas prioritarias. Además, otorga un color: verde, amarillo, naranja o rojo, reflejando así el desempeño general de esa empresa en todas las categorías.

El panorama general es desalentador: ninguna empresa ha logrado el estatus “A la vanguardia” en ninguna de las tres áreas temáticas, y ninguna de ellas ha obtenido suficiente resultado en el desempeño general como para colocarla en la zona verde. Tres cuartas partes de los minoristas han aterrizado en la zona roja, lo cual indica una casi total falta de políticas relevantes para abordar los problemas que nos ocupan.



Existen, sin embargo, unas tendencias nacionales claras, habiendo demostrado las empresas distribuidoras del Reino Unido y de Francia una mayor comprensión de las cadenas de suministro acuícolas. Un puñado de empresas destacan por tener mejores políticas en lo relativo a ciertos aspectos clave.

En Francia, varias cadenas de distribución **-Carrefour, Groupe Casino, LIDL France, Groupement Les Mousquetaires** (empresa matriz de **Intermarché**), **U Enseigne Coopérative** (empresa matriz de **Système U**) y dos mayoristas **-Métro France y Sysco-** se han unido recientemente a una iniciativa que se propone abordar el abastecimiento de alimentos acuícolas como una “prioridad” mediante la participación de los productores de salmón y los fabricantes de piensos. El grupo también planea comprometerse con sus proveedores en el tema del bienestar de los peces. Si bien este es a priori un desarrollo positivo, nuestro análisis muestra que todavía se

ONCE CADENAS NO HAN PROPORCIONADO NINGUNA RESPUESTA, LO CUAL MUESTRA UNA PREOCUPANTE FALTA DE CONSIDERACIÓN POR LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO ACUÍCOLA. SE TRATA DE:



* La carta-cuestionario fue enviada a la oficina central de LIDL.

requiere un progreso significativo, dado por ejemplo que solamente tres cadenas francesas (**Auchan, Carrefour y Intermarché**) se salen de la zona roja en nuestro sistema de categorías.

Como miembros de la iniciativa Albert Schweitzer Stiftung sobre estándares de bienestar animal en acuicultura,¹¹ varias cadenas alemanas, incluidas **ALDI Nord, ALDI Süd, Edeka, REWE, LIDL Deutschland y Kaufland**, merecen una mención por reconocer y tratar de abordar aspectos clave del bienestar de los peces, como unas prácticas de matanza más humanas. Sin embargo, no queda claro hasta qué punto esta iniciativa ha dado como resultado mejoras concretas en las prácticas y en las políticas de las empresas de distribución.

Existen divergencias importantes entre los supermercados de cada uno de los países. En el **Reino Unido**, por ejemplo, el supermercado con peores resultados, **Iceland**, no ha respondido a nuestra última carta, mientras que **Tesco, M&S y Waitrose** lo han hecho de manera satisfactoria. Los resultados generales de los supermercados **alemanes, austriacos y suizos** han sido extremadamente decepcionantes, encontrándose una sola empresa por país en la zona naranja, ninguna en la verde o la amarilla y la mayor parte de ellas en la zona roja. La puntuación para los supermercados **españoles** ha sido excepcionalmente mala en cada una de las tres áreas prioritarias, dado que las 11 empresas evaluadas han aterrizado en la zona roja.

A la vanguardia

Ninguna de las 33 cadenas de supermercados con las que nos hemos puesto en contacto nos ha dado una respuesta completamente satisfactoria en ninguna de las tres áreas evaluadas (piensos acuícolas; bienestar / mortalidad y transparencia / etiquetado), lo cual nos ha impedido identificar empresas líderes en cada uno de los ámbitos.

En la dirección correcta

Los supermercados del Reino Unido son quienes han dominado esta categoría, destacando **M&S, Tesco y Waitrose** por tener los enfoques más progresistas en materia de piensos y de bienestar de peces. En cuanto a la transparencia, existen determinados desarrollos prometedores, incluso si no cumplen con los requisitos que se les han planteado.

Eliminación del pescado salvaje en los piensos acuícolas

Si bien ningún supermercado tiene una política verdaderamente ejemplar sobre piensos, la empresa francesa **Auchan** tiene fecha límite para la transición del 50% de los peces y mariscos de cría que vende a piensos con menos e incluso sin FMFO.

©: Shutterstock





Para 2025, queremos cambiar el 50% de nuestros productos de cría a un pienso que contenga menos, o que no contenga FMFO proveniente de animales salvajes (como ya es el caso con la trucha).

La empresa de distribución suiza **Coop Suisse** nos ha informado que está considerando seriamente eliminar el uso de FMFO como ingrediente en los alimentos acuícolas. Para empezar, solo permitirá FMFO producido a partir de los desechos del procesamiento de pescado en su cadena de suministro.

Tesco nos ha explicado que está muy involucrado en la promoción de ingredientes alternativos para piensos y ha creado, junto con WWF UK,¹² una hoja de ruta sobre cómo acelerar la inclusión de ingredientes alternativos en los piensos. También está desarrollando una estrategia de piensos acuícolas para establecer objetivos de reducción de FMFO para todas las especies.

Seguimiento de la mortalidad y lista negra para los productores con altas tasas de mortalidad

Si bien ningún supermercado tiene una política que le lleve a incluir automáticamente en una lista negra a las explotaciones acuícolas con altas tasas de mortalidad, **Waitrose** (Reino Unido) cuenta con procedimientos detallados para que los proveedores informen sobre las tasas de mortalidad y escape, y nos ha confirmado que va a incluir en la lista negra a aquellas explotaciones con altas tasas de mortalidad si no se producen mejoras en un futuro cercano.

Por su parte **Tesco** (Reino Unido), aunque no ha definido un límite superior de mortalidad y no tiene una política de listas negras, sí establece que “en situaciones críticas, el suministro a **Tesco** se detendrá” y ha establecido procedimientos detallados para la presentación de informes.

Transparencia y etiquetado

Los supermercados del Reino Unido lideran el camino en cuanto a transparencia de la cadena de suministro: desde nuestros contactos iniciales en 2020, varias cadenas del Reino Unido se han inscrito o han agregado los productos acuícolas a su participación en el Ocean Disclosure Project (ODP), y ocho de las diez principales cadenas de supermercados del Reino Unido han revelado información sobre sus cadenas de suministro de pescado de piscifactoría a través de la plataforma.¹³ **M&S**, aunque no ha firmado el ODP, proporciona cierto grado de transparencia con respecto al desglose de especies y el origen de sus peces y mariscos de cría a través de su mapa de abastecimiento online.¹⁴

Varias empresas de distribución alemanas han establecido sistemas de trazabilidad que brindan a los clientes la posibilidad de acceder a cierta información sobre peces y mariscos de cría. Sin embargo, la información proporcionada para los productos acuícolas no parece ir mucho más allá de lo que la ley exige en materia de etiquetado de los productos; esto significa que faltan informaciones clave como el nombre de explotación acuícola o la composición y origen de los ingredientes de los piensos.

Falta de acción significativa

Los supermercados de esta categoría no han respondido a nuestras preguntas (ver más arriba) o no cuentan con políticas adecuadas.



Un salmón muerto flota en una jaula
© Compassion in World Farming



Eliminación del pescado salvaje en los piensos acuícolas

Las empresas de esta categoría no se han comprometido de manera significativa con nuestra demanda de eliminación del FMFO en los piensos, ya sea porque han optado por no cubrir este tema en su respuesta o por haberlo tratado de manera superficial. Algunas han indicado que establecer ese objetivo es imposible por razones técnicas, mientras que otras han optado por confiar en certificaciones externas en lugar de comprometerse con la cuestión en sus propias políticas empresariales. Los supermercados **españoles y austriacos** han obtenido resultados particularmente malos en esta temática.

Seguimiento de la mortalidad y lista negra para los productores con altas tasas de mortalidad

Casi la mitad de las empresas de distribución no han respondido a nuestro cuestionario o no parecen requerir de sus proveedores que informen acerca de mortalidades y escapes. Ninguna de las empresas consultadas tiene

como política la inclusión automática en listas negras de aquellas explotaciones acuícolas con altas tasas de mortalidad.

Transparencia y etiquetado

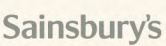
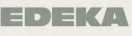
Los supermercados de esta categoría no han podido demostrar que tengan un enfoque satisfactorio en materia de transparencia y etiquetado. De los que han contestado, un impactante 27% (13 cadenas) no incluye el nombre del productor o de la explotación acuícola en las etiquetas de pescado, no requiere que sus proveedores informen al público sobre la composición y el origen de los piensos utilizados, y no parece requerir informes por parte de los proveedores sobre indicadores del bienestar de los peces. Éstas son: **LIDL GB** (Reino Unido), **ALDI Süd** (Reino Unido), **Edeka** (Alemania), **Kaufland** (Alemania), **El Corte Inglés** (España), **Eroski** (España), **Alcampo / Auchan** (España), **Carrefour** (España), **Système U** (Francia), **Casino / Géant Casino** (Francia), **Denner** (Suiza), **LIDL** (Suiza), **Migros** (Suiza).

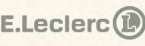
Finalmente, nuestro análisis también destaca las divergencias en las políticas y prácticas sobre el abastecimiento de pescado de cría en el seno de los mismos grupos que operan en más de un país. Esto es especialmente sorprendente en los casos de **LIDL**, cuyas subsidiarias en Europa tienen diferentes estándares y políticas de un país a otro,^c y los grupos **Carrefour** y **Auchan**, que proporcionaron respuestas interesantes acerca de sus operaciones en Francia, pero no contestaron para España, eligiendo ser representadas por dos de las asociaciones del sector -ACES y ANGED- (que dieron una respuesta general superficial y carente de información detallada).

C No recibimos respuesta por parte de LIDL France (Francia) o de LIDL Österreich (Austria).



PESCADO DE CRÍA : RESULTADOS DE LOS SUPERMERCADOS EUROPEOS EN NUESTROS DOS ANÁLISIS COMPARATIVOS

SUPERMERCADO	PAÍS	PUNTUACIÓN INICIAL (PRIMERA CLASIFICACIÓN)	RESPUESTA VERANO 2021	DESEMPEÑO GENERAL PARA LAS TRES ÁREAS TEMÁTICAS PRIORITARIAS
	 REINO UNIDO	12%		
	 REINO UNIDO	16%		
	 REINO UNIDO	32%		
	 REINO UNIDO	14%		
	 REINO UNIDO	28%		
	 REINO UNIDO	16%		
	 REINO UNIDO	44%		
	 REINO UNIDO	20%		
	 REINO UNIDO	60%		
	 REINO UNIDO	22%		
	 ALEMANIA	15%		
	 ALEMANIA	19%		
	 ALEMANIA	23%		
	 ALEMANIA	48%		
	 ALEMANIA	38%		
	 ALEMANIA	10%		
	 ALEMANIA	21%		
	 ESPAÑA	11%	 RESPUESTA DE ANGED/ACES	
	 ESPAÑA	N/A		
	 ESPAÑA	9%	 RESPUESTA DE ANGED/ACES	
	 ESPAÑA	13%		
	 ESPAÑA	13%		
	 ESPAÑA	9%	 RESPUESTA DE ANGED/ACES	
	 ESPAÑA	11%	 RESPUESTA DE ANGED/ACES	

SUPERMERCADO	PAÍS	PUNTUACIÓN INICIAL (PRIMERA CLASIFICACIÓN)	RESPUESTA VERANO 2021	DESEMPEÑO GENERAL PARA LAS TRES ÁREAS TEMÁTICAS PRIORITARIAS
 	 ESPAÑA	11%		
 	 ESPAÑA	11%		
	 ESPAÑA	13%		
	 ESPAÑA	13%		
	 SUIZA	33%		
	 SUIZA	35%		
	 SUIZA	19%		
	 SUIZA	19%		
	 SUIZA	13%		
	 SUIZA	6%		
	 SUIZA	8%		
	 AUSTRIA	15%		
	 AUSTRIA	33%		
	 AUSTRIA	8%		
	 AUSTRIA	21%		
	 AUSTRIA	13%		
	 AUSTRIA	21%		
	 FRANCIA	4%		
	 FRANCIA	31%		
	 FRANCIA	27%		
 	 FRANCIA	2%		
	 FRANCIA	4%		
	 FRANCIA	15%		
	 FRANCIA	4%		
	 FRANCIA	27%		

ALIMENTANDO A LA ACUICULTURA

Cada año se extraen de los océanos millones de toneladas de pescado y marisco para ser convertidas en harina y aceite de pescado (FMFO), privando a aves, mamíferos marinos y otros peces de su fuente fundamental de alimento y llevándose el sustento de las poblaciones vulnerables en el Sur Global.

APROXIMADAMENTE UNA QUINTA PARTE
DEL PESCADO SALVAJE CAPTURADO SE UTILIZA
PARA FABRICAR HARINA Y ACEITE DE PESCADO

1/5

SUPERMERCADOS Y RESTAURANTES

Los principales supermercados venden pescado de cría demandado por el segmento del mercado de altos ingresos, como el salmón o la lubina. Los productos del mar alimentados con FMFO, como el salmón de piscifactoría, están ganando popularidad en España.



HIPERCOR

SUPERCOR



Auchan

LIDL



AHORRAMAS

MERCADONA

DIA

GRUPO IFA



Carrefour

05

PROCESADORES Y DISTRIBUIDORES

En Europa, el salmón producido en Noruega es transportado a Polonia para su procesamiento antes de ser vendido a los principales supermercados de la UE.



06

01

MATERIAS PRIMAS: PESCADO SALVAJE Y CRUSTÁCEOS

Se procesan en el mar o en fábricas ubicadas en la costa. La producción de FMFO puede generar una importante contaminación del aire y del agua.

02

FABRICAS DE HARINA Y ACEITE DE PESCADO

Parte de la harina y el aceite de pescado se utiliza en la alimentación animal. La mayor parte se utiliza como ingrediente en alimentos acuícolas.

PIENSO ANIMAL

28%*

PIENSO ACUICULTURA

69%*

*Harina de pescado

03

INDUSTRIA DEL PIENSO

114.000 MILLONES \$
2017

Los productores de FMFO venden a gigantes mundiales del pienso, como Cargill, Skretting y Biomar y a empresas como KMP y ED&F Man

04

GRANJAS DE PESCADO Y MARISCO



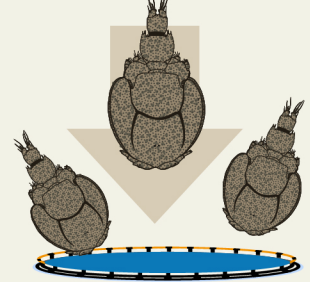
NORUEGA ES EL MAYOR PRODUCTOR MUNDIAL DE SALMÓN DE CRÍA Y UN MERCADO CLAVE PARA EL FMFO

Las empresas noruegas Mowi y Lerøy son los mayores proveedores mundiales de salmón de cría y consumen volúmenes muy importantes de FMFO para la alimentación.



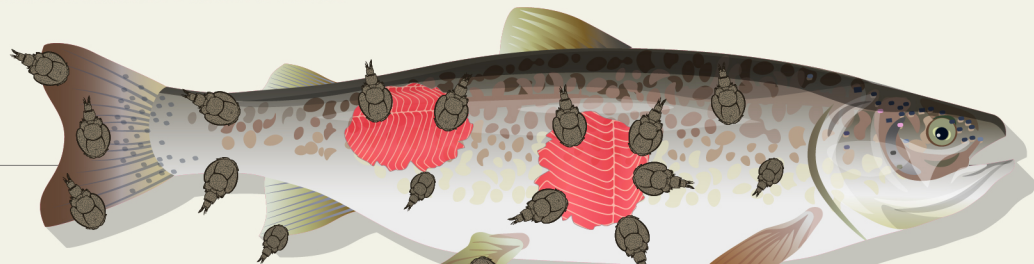
¿Cómo afecta la cría al bienestar de los peces?

PIOJO DE MAR



Los piojos se fijan sobre piel de los salmones para alimentarse de la mucosa y la piel. Un gran número de piojos provoca la pérdida de aletas, cicatrices graves, infecciones secundarias e incluso la muerte.

La cría de salmón en jaulas abiertas permite que los piojos de mar salgan al entorno marino, donde se adhieren a los peces salvajes.



LOS PECES LIMPIADORES, COMO LOS LÁBRIDOS, SE EMPLEAN EN LAS EXPLOTACIONES PARA TRATAR LAS INFESTACIONES DE PIOJOS DE MAR SON MATADOS AL FINAL DE CADA CICLO DE CRECIMIENTO



LOS MÉTODOS DESPARASITANTES, COMO LOS PESTICIDAS Y LOS PECES QUE SE ALIMENTAN DE PIOJOS, SON PERJUDICIALES PARA EL BIENESTAR DE LOS PECES

LA INDUSTRIA DEL SALMÓN TAMBIÉN EMPLEA BARCOS TERMOLICERS PARA DESHACERSE DE LOS PIOJOS

SUFRIMIENTO AÑADIDO

CADA AÑO, MILES DE MILLONES DE PECES SALVAJES SON CAPTURADOS EN LOS OCÉANOS PARA ALIMENTAR PECES Y GAMBAS DE CULTIVO

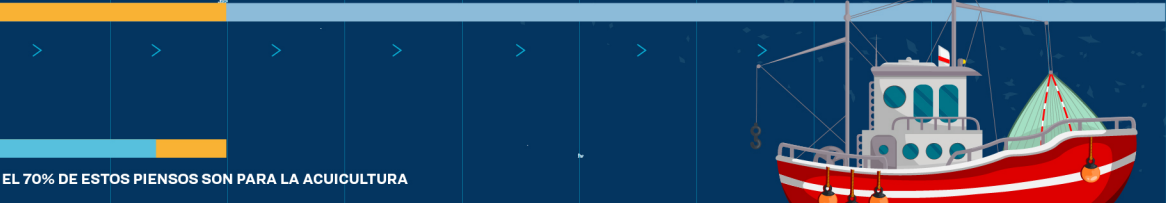
PROVIENEN DE



DONDE LA MAYOR PARTE SON MATADOS POR MÉTODOS INHUMANOS

20%
70%

EL 20% DE LA CAPTURA MARINA GLOBAL SE UTILIZA PARA PRODUCIR HARINA Y ACEITE DE PESCADO PARA PIENSOS



EL 70% DE ESTOS PIENSOS SON PARA LA ACUICULTURA



ALTAS TASAS DE MORTANDAD

CADA AÑO, MILLONES DE PECES DE CULTIVO MUEREN COMO RESULTADO DE LAS MALAS PRÁCTICAS



2010 - 2019

LAS 10 PRINCIPALES PRODUCTORES DE SALMÓN HAN REGISTRADO MORTANDADES DE

100 MILLONES DE SALMONES = COSTE DE \$3.7 MIL MILLONES DE US \$

LOS PECES SON CRIATURAS INTELIGENTES Y SENSIBLES

TIENEN LA CAPACIDAD DE SUFRIR Y DE SENTIR DOLOR Y SIN EMBARGO, LOS PECES DE GRANJA SON LOS ANIMALES DE CRÍA MENOS PROTEGIDOS



MÉTODOS DE SACRIFICIO CRUELES



LOS PECES SON SACRIFICADOS UTILIZANDO MÉTODOS CRUELES E INHUMANOS, COMO:



EVISCERADO DE PECES VIVOS



APLASTAMIENTO



ASFIXIA

SOBREPOBLACIÓN

LOS PECES DE CULTIVO VIVEN EN CONDICIONES DE SOBREPOBLACIÓN

Los peces en ambientes superpoblados son más susceptibles a:



ENFERMEDADES



ESTRÉS



LESIONES FÍSICAS, COMO DAÑOS EN LAS ALETAS



MALA CALIDAD DEL AGUA



AGRESIONES



MENOS OXÍGENO PARA RESPIRAR

PONIENDO EL FOCO EN
MOWI®

SEDE:
BERGEN, NORUEGA

FACTURACIÓN:
3,800 MILLONES DE EUROS

EL MAYOR PRODUCTOR MUNDIAL DE

SALMÓN
DEL ATLÁNTICO



MEDIO MILLÓN
DE TONELADAS DE SALMÓN EN 2020

UN IMPORTANTE FABRICANTE

DE ALIMENTOS
ACUÍCOLAS



MÁS DE
MEDIO MILLÓN
DE TONELADAS DE ALIMENTOS ACUÍCOLAS EN 2020

MOWI® VENDE SALMÓN BAJO VARIAS MARCAS DIFERENTES, QUE INCLUYEN:



MOWI®

Kritsen



MOWI® SUMINISTRA SALMÓN A ALGUNAS DE LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS MÁS GRANDES DE EUROPA

Auchan

COOP

MOWI



Waitrose



LIDL

Sainsbury's

Iceland

TIENE GRANJAS UBICADAS EN :



 NORUEGA
 CHILE

 ESCOCIA
 ISLAS FEROE

 CANADÁ
 IRLANDA



MOWI® AFIRMA ESTAR LIDERANDO UNA "REVOLUCIÓN AZUL"

PERO

SU HISTORIAL EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD Y BIENESTAR DE LOS PECES ES MÁS QUE POBRE

MÁS DE UNA CUARTA PARTE DE LOS ALIMENTOS ACUÍCOLAS DE MOWI
SE COMPONEN DE HARINA Y ACEITE DE PESCADO (FMFO)

HARINA DE PESCADO

ACEITE DE PESCADO



CADA AÑO, MOWI UTILIZA MILLONES DE PECES
SALVAJES PARA ALIMENTAR A SUS SALMONES

EN 2020, MOWI INVIRTIÓ

114 MILLONES DE DÓLARES

 en aceite de pescado

MOWI OBTIENE EL FMFO DE REGIONES COMO ÁFRICA OCCIDENTAL Y AMÉRICA LATINA
DONDE ABUNDAN LA INSEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA DESNUTRICIÓN



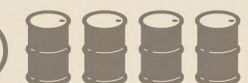
EN 2020
MOWI®
OBTUVO **18.617** TONELADAS
DE ACEITE DE PESCADO DE AGUAS PERUANAS.

LA INDUSTRIA
PERUANA DEL FMFO
ESTÁ VINCULADA A
MUCHOS CASOS DE
CORRUPCIÓN Y
ESCÁNDALOS



PERÚ SE ESTÁ ENFRENTANDO A UNA CRISIS DE SEGURIDAD
ALIMENTARIA Y DESNUTRICIÓN QUE ESTÁ AFECTANDO
ESPECIALMENTE A LOS NIÑOS PEQUEÑOS

2018-2020
MOWI®
OBTUVO **24.006** TONELADAS
DE ACEITE DE PESCADO DE MAURITANIA



EL ACEITE DE PESCADO DE MAURITANIA SE ELABORA A PARTIR DE SARDINELA.
LA FAO CONSIDERA QUE LA SARDINELA ESTÁ SOBREEXPLOTADA EN TODA LA
REGIÓN DE ÁFRICA OCCIDENTAL

DESDE 2010

**MOWI NO TIENE COMO OBJETIVO
LA ELIMINACIÓN O LA REDUCCIÓN**



DEL EMPLEO DE PESCADO SALVAJE EN LA ALIMENTACIÓN DE SUS SALMONES



50 MILLONES

DE PECES HAN MUERTO O SE HAN ESCAPADO DE SUS GRANJAS

Referencias

1

Feedback (2021) Fishy business. [ONLINE] Disponible en: <https://feedbackglobal.org/campaigns/fishy-business/>

2

FAO (2020) The state of world fisheries and aquaculture 2020: Sustainability in action. [ONLINE] Disponible en: <http://www.fao.org/3/ca9229en/ca9229en.pdf> - ver gráfico 27 - Relative contribution of aquaculture and capture fisheries to fish available for human consumption (Contribución relativa de la acuicultura y la pesca de captura al pescado disponible para el consumo humano).

3

Stranden, A. L. (2020) Every year, 50 million cleaner fish die in Norwegian fish farms (cada año 50 millones de peces limpiadores mueren en las explotaciones de pescado Noruegas). *Science Norway*, 31 January 2020. [ONLINE] Disponible en: <https://sciencenorway.no/animal-welfare-fish-farming-salmon-industry/every-year-50-million-cleaner-fish-die-in-norwegian-fish-farms/1631228>; Overton, K., Barrett, L. T., Oppedal, F., Kristiansen, T. S. and Dempster, T. (2020) Sea lice removal by cleaner fish in salmon aquaculture: A review of the evidence base (eliminación de piojos de mar por peces limpiadores en salmon: revision de las evidencias) *Aquaculture Environment Interactions*, 12(2020): 31-44. [ONLINE] Disponible en: <https://www.int-res.com/articles/aei2020/12/q012p031.pdf>

4

Cargill (2020) *Cargill aqua nutrition sustainability report 2019*. [ONLINE] Disponible en: <https://www.cargill.com/doc/1432142322239/cargill-aqua-nutrition-sustainability-report.pdf>; Seafish (n.d.) *Value and importance of aquaculture*. [ONLINE] Disponible en: <https://www.seafish.org/insight-and-research/aquaculture-research-and-insight/value-and-importance-of-aquaculture/>

5

Just Economics (2021) *Dead loss: The high cost of poor salmon farming practices and mortalities on salmon farms*. [ONLINE] Disponible en: <https://www.justeconomics.co.uk/health-and-well-being/dead-loss>

6

Changing Markets Foundation y Greenpeace Africa (2021) *Feeding a monster: How European aquaculture and animal feed industries are stealing food from West African communities*. [ONLINE] Disponible en: <http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/05/Feeding-a-Monster-EN-low-res.pdf>

7

European Commission (2018) *EU consumer habits regarding fishery and aquaculture products*. [ONLINE] Disponible en: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2206>

8

Retail Index (n.d.) *Rankings and profiles of food retailers in Europe*. [ONLINE] Disponible en: <https://www.retail-index.com/Sectors/FoodRetailersinEuropeandworldwide.aspx>

9

Mintel (2021) *Mintel sustainability barometer 2021*. [ONLINE] Disponible en: <https://www.mintel.com/consumer-sustainability-barometer>

10

Changing Markets y Feedback (2020) *Caught out: How UK retailers are tackling the use of wild fish in their aquaculture supply chains*. [ONLINE] Disponible en: [https://changingmarkets.org/wp-content/up-](https://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2020/03/Caught_Out_Report_FINAL.pdf)

11

Albert Schweitzer Stiftung (2019) *Tierschutzstandards in Aquakulturen erhöhen*. [ONLINE] Disponible en: <https://albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/tierschutzstandards-aquakulturen-erhoehen>

12

WWF (2021) *The Future of feed: A WWF roadmap to accelerating insect protein in UK feeds*. [ONLINE] Disponible en: https://www.wwf.org.uk/sites/default/files/2021-06/The_future_of_feed_July_2021.pdf

13

Ocean Disclosure Project (n.d.) *Transparency in seafood*. [ONLINE] Disponible en: [https://oceandisclosurepro-](https://oceandisclosureproject.org)

14

Marks & Spencer (n.d.) *Interactive map*. [ONLINE] Disponible en: [https://interactivemap.marksandspencer.com/](https://interactivemap.marksandspencer.com/seafood)

loads/2020/03/Caught_Out_Report_FINAL.pdf

; Changing Markets y Deutsche Umwelthilfe (2020) *Futter bei die Fische: Ein Bericht zum Umgang von Groß- und Einzelhändlern in Deutschland mit Wildfisch als Fischfutter in ihren Aquakultur-Lieferketten*. [ONLINE] Disponible en: https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Naturschutz/Fischereipolitik/Bericht_Futter_bei_die_Fische_Screen_RZ.pdf;

Changing Markets (2020) *Atrapados: Cómo los supermercados españoles abordan el empleo de pescado salvaje en su cadena de suministro acuícola*. [ONLINE] Disponible en: http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/03/ATRAPADOS_Informe.pdf;

Changing Markets (2021) *Überfischung²: Wildfisch als Fischfutter in Aquakulturen – Schweizer Detailhändler im Vergleich*. [ONLINE] Disponible en: http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/02/Uberfischung2_FINAL.pdf;

Changing Markets y Arbeiterkammer (2021) *Erwischt: Wildfisch als Fischfutter für Aquakulturen!* [ONLINE] Disponible en: http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/03/Erwischt_report_FINAL.pdf;

Changing Markets (2021) *Dans les mailles du filet: Comment les grandes surfaces françaises font face à l'utilisation de poissons sauvages dans les chaînes d'approvisionnement aquacoles*. [ONLINE] Disponible en: <http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2021/05/CMF-WEB-LIGHTWEIGHT-FRENCH-REPORT-DANS-LES-MAILLES-DU-FILET-copy.pdf>

FEED
BACK



AQUATIC LIFE
—INSTITUTE—



Transición Verde **T**



CARRO DE COMBATE
¡Consumir es un acto político!



Deutsche Umwelthilfe



Changing Markets
FOUNDATION