



GLOBEFISH

GLOBEFISH RESEARCH PROGRAMME



El eco-etiquetado de productos pesqueros en España

El eco-etiquetado de productos pesqueros en España

por

Ladislao Luna Sotorrío
José Luís Fernández Sánchez
José Manuel Fernández Polanco
Ignacio Llorente García

(Septiembre, 2012)

El programa de investigación GLOBEFISH es una actividad iniciada por el Servicio de Productos, Comercio y Mercadeo de la División de Políticas y Economía de la Pesca y la Acuicultura de la FAO, Roma, Italia, y financiado conjuntamente por:

- NMFS (National Marine Fisheries Service), Washington, DC, **EEUU**
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, **España**
- Ministry of Food, Agriculture and Fisheries, Copenhagen, **Dinamarca**
- European Commission, Directorate General for Fisheries, Bruselas, **UE**
- Norwegian Seafood Council, Tromsø, **Noruega**
- FranceAgriMer, Montreuil-sous-Bois Cedex, **Francia**
- ASMI (Alaska Seafood Marketing Institute), **EEUU**
- Sea Fish Industry Authority, **Reino Unido**

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, GLOBEFISH, Servicio de Productos, Comercio y Mercadeo, División de Políticas y Economía de la Pesca y la Acuicultura de la FAO
Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma, Italia - Tel: (39) 06570 54744
E-mail: globefish@fao.org; globefish-pub@fao.org - Fax: (39) 06570 53020 - www.globefish.org

Las denominaciones empleadas en este producto informativo y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que la FAO los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan. Las opiniones expresadas en esta publicación son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la FAO.

Ladislao Luna Sotorrío, José Luís Fernández Sánchez, José Manuel Fernández Polanco y Ignacio Llorente García. Grupo de Investigación Gestión Económica para el Desarrollo Sostenible del Sector Primario IDES-UC. Dpto. de Administración de Empresas. Universidad de Cantabria, Santander, España.

*EL ECO-ETIQUETADO DE PRODUCTOS PESQUEROS EN ESPAÑA.
GLOBEFISH Research Programme, Vol. 107. Roma, FAO 2012. p. 56.*

Aunque el mercado de eco certificaciones en España no haya alcanzado todavía su máximo desarrollo potencial, existe una amplia oferta de certificaciones alternativas para la industria agroalimentaria en general y el sector pesquero en particular. En este informe se revisan los esquemas de certificación disponibles más importantes en función de su presencia en el mercado español. El informe estudia, además, las principales características económicas y financieras de las empresas agroalimentarias españolas que tienen suscrito algún esquema de certificación, buscando patrones que puedan diferenciarlas del resto de competidores.

Diseño: Gloria Loriente

Todos los derechos reservados. La FAO fomenta la reproducción y difusión del material contenido en este producto informativo. Su uso para fines no comerciales se autorizará de forma gratuita previa solicitud. La reproducción para la reventa u otros fines comerciales, incluidos fines educativos, podría estar sujeta a pago de tarifas. Las solicitudes de autorización para reproducir o difundir material de cuyos derechos de autor sea titular la FAO y toda consulta relativa a derechos y licencias deberán dirigirse por correo electrónico a: copyright@fao.org, o por escrito al Jefe de la Subdivisión de Políticas y Apoyo en materia de Publicaciones, Oficina de Intercambio de Conocimientos, Investigación y Extensión, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma (Italia).

ÍNDICE

1.	LAS ECO-ETIQUETAS (ECO-LABELS)	1
1.1.	DEFINICIÓN	1
1.2.	RAZONES PARA EL ECO-ETIQUETADO EN LOS PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA	2
1.3.	DIRECTRICES FAO PARA EL ECO-ETIQUETADO DE PESCADO Y PRODUCTOS PESQUEROS	3
1.4.	SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA	5
2.	ECO-ETIQUETAS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA UTILIZADAS EN ESPAÑA	18
2.1.	ECO-ETIQUETAS PRIVADAS	18
2.2.	ECO-ETIQUETAS PÚBLICAS	22
3.	CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS Y DE LOS CONSUMIDORES DE PRODUCTOS DE PESCA Y ACUICULTURA ECO-ETIQUETADOS EN ESPAÑA	25
3.1.	LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE PESCADO EN ESPAÑA	26
3.2.	ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN DE LAS ECO-ETIQUETAS EN ESPAÑA	30
3.3.	CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS QUE TIENEN IMPLANTADAS LAS ECO-ETIQUETAS	39
3.4.	PERFIL DEL COMPRADOR DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA ECO-ETIQUETADOS EN ESPAÑA	45
4.	CONCLUSIONES	49
5.	BIBLIOGRAFÍA	52
	ANEXO I - Empresas españolas de pesca y acuicultura con eco-etiquetas privadas MSC, Dolphin-Safe o FOS	54
	ANEXO II - Distribución por países de las empresas de la cadena de valor de los productos de pesca y acuicultura con eco-etiquetas privadas MSC, Dolphin-Safe o FOS	56

TABLAS

1.	Certificaciones de producto en el sector pesquero y acuícola en España	6
2.	Etiquetas públicas de calidad diferenciada en Europa	9
3.	Producción pesquera mundial por países (año 2009)	27
4.	Comercio y consumo mundial de productos pesqueros (año 2009)	28
5.	Principales especies capturadas y cultivadas en el mundo y en España (año 2009)	29
6.	Empresas que utilizan eco-etiquetas para productos de la pesca o de la acuicultura	31
7.	Número de empresas con la eco-etiqueta MSC/Dolphin-Safe según la actividad de la empresa	32
8.	Número de empresas con la eco-etiqueta MSC/FOS según la especie capturada o cultivada	33
9.	Número de productos vendidos con la eco-etiqueta MSC	34
10.	Número de productos de la pesca o de la acuicultura vendidos en España con la eco-etiqueta MSC según el distribuidor y la marca del producto	36
11.	Número de productos vendidos con la eco-etiqueta MSC según el tipo de especie	37
12.	Número de empresas con la etiqueta MSC según el tipo de presentación del producto	38
13.	Acuicultura ecológica frente a acuicultura convencional en España (2008)	39
14.	Evolución de la acuicultura ecológica en España	39
15.	Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010	40
16.	Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de pesca marítima (NACE 0311)	41
17.	Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de acuicultura marina (NACE 0321)	42
18.	Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de procesado y conservación (NACE 1020)	42
19.	Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de comercio al por mayor (NACE 4638)	43
20.	Datos económicos medios de empresas de procesado y conservación (NACE Rev. 2 = 1020) con y sin eco-etiqueta en Europa para el periodo 2005-2010	44
21.	Datos económicos medios de empresas de comercio al por mayor (NACE Rev. 2 = 4638) con y sin eco-etiqueta en Europa para el periodo 2005-2010	45
22.	Perfil del comprador español de productos de la pesca y de la acuicultura (N = 1.476)	46
23.	Capacidad de asociar logotipos o sellos de productos ecológicos	47
24.	Consulta de etiquetas de productos ecológicos frente a productos convencionales (% compradores de productos ecológicos)	48
25.	Demanda de información del etiquetado (% individuos)	48

1. LAS ECO-ETIQUETAS (ECO-LABELS)

1.1. DEFINICIÓN

La sociedad de hoy en día muestra una mayor preocupación por su entorno y el cuidado del medio ambiente. Esta concienciación tiene repercusiones en el proceso de compra, dado que el consumidor tendrá que elegir entre una gran cantidad de productos acompañados de etiquetas que certifican que se trata de un producto sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Las prácticas de eco-etiquetado han experimentado un notable crecimiento en los últimos años, especialmente en las actividades forestales y agrarias. En el caso concreto de los productos procedentes de la pesca extractiva y de la acuicultura, el eco-etiquetado está cobrando gran relevancia internacional como vía para promover la pesca sostenible (Garza Gil y Vázquez Rodríguez, 2007).

Lo que hasta hace algunos años parecía ser una tendencia más en el mercado de los alimentos de origen marino, se está convirtiendo en una realidad: la certificación por terceras partes. En otras palabras, ya no basta sólo con los permisos sobre seguridad alimentaria o trazabilidad para comercializar los alimentos de origen acuático en los principales mercados, también se debe certificar que los alimentos provienen de fuentes sostenibles, ya sea de pesca o acuicultura.

El objetivo del eco-etiquetado es transmitir esta información a los consumidores de manera que se favorezca la competencia leal y el funcionamiento apropiado de los mercados a la vez que se mantiene y justifica la confianza del consumidor en este tipo de productos, favoreciendo, así, el desarrollo de este segmento del mercado alimentario.

La implantación de un sistema de eco-etiquetado requiere la inclusión de un motivo ilustrado o símbolo colocado en cualquier envase, documento, aviso, placa, anillo o collar que acompañe al producto. En los productos alimenticios, por lo general, se trata de una etiqueta pegada al producto o cercana a él que contiene información relativa al nombre del productor, la dirección y los detalles referidos a la seguridad alimentaria de los mismos. En el caso de que se hayan sometido a un sistema de certificación voluntaria, y especialmente los que van al consumidor final, los productores quieren que sus clientes puedan reconocer fácilmente dicho cumplimiento. Para ello, se diseña un distintivo o símbolo registrado (sello o marca), que se adjunta a la certificación como prueba reconocible y directa de la conformidad de dicho producto.

El eco-etiquetado fue reconocido por primera vez a nivel internacional en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992. Este tipo de certificación perseguía, originalmente, hacer relevante el medio ambiente en la información que se transmite a los consumidores, proporcionándoles la oportunidad de expresar sus ideas o preferencias hacia los problemas ecológicos o de medioambiente a través de la elección de los productos.

Así, las eco-etiquetas (*eco-labels*) de los productos pesqueros/acuícolas son certificados concedidos a los productos de este origen que se han obtenido generando el menor impacto posible en los ecosistemas marinos (Deere, 1999; Wessells *et al.*, 2001; Gardiner y Viswanathan, 2004; Garza Gil y Vázquez Rodríguez, 2007). Están relacionadas con los efectos de las medidas de gestión sobre la sostenibilidad de las

pesquerías garantizando a los compradores y consumidores que un determinado producto pesquero procede de una pesquería que se ajusta a la norma reguladora de la pesca sostenible. Sin embargo, se observa una tendencia en la certificación en pesca y acuicultura hacia un número cada vez mayor de sistemas que amplían los aspectos incluidos y el alcance de las normas, para abarcar además de factores medioambientales otros de tipo social, de seguridad alimentaria, bienestar animal, y comercialización. Todo ello impulsado por una demanda cada vez mayor de productos con certificación.

En el sector pesquero y de la acuicultura esta tendencia ha tenido como consecuencia la aparición de organizaciones que han desarrollado una serie de parámetros con los que han conformado un programa, con el objetivo de certificar aquellas pesquerías o productos que han sido capturados o producidos de forma sostenible, transmitiendo al consumidor a través de una eco-etiqueta consistente en añadir al etiquetado general un logo con el que se identifica la certificación (Gardiner y Viswanathan, 2004). *Marine Stewardship Council, Naturland, Global Aquaculture Alliance, Friend of the Sea*, son algunas de las organizaciones que, a través de sus programas, certifican pesquerías y productos de la pesca y de la acuicultura. La idea fundamental es avanzar en la sostenibilidad de los recursos y garantizar una gestión responsable y eficaz de los mismos, si bien, los parámetros que siguen unas y otras, y los productos o pesquerías que son objeto de certificación, difieren.

Aun cuando la certificación es un proceso voluntario, el traslado de las preferencias de los consumidores a los productores a través de las exigencias de las cadenas de distribución (supermercados, hipermercados, etc.) para comercializar este tipo de productos, las están convirtiendo en obligatorias al trasladar sus exigencias a toda la cadena de suministro. Un buen ejemplo de este proceso lo aporta McDonald's (Nora, 2005) que es la primera compañía de restauración que obtiene la certificación MSC en más de 7.000 restaurantes de 39 países y es la primera compañía de restauración en España en ofrecer productos de pescado con el logo MSC. Así, el pescado incluido en el "Filete de Pescado" (*McFish*) es bacalao procedente del Mar Báltico Oriental que ostenta la certificación MSC y que se muestra en el envase del producto desde finales de 2011.

1.2. RAZONES PARA EL ECO-ETIQUETADO EN LOS PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA

La implantación del eco-etiquetado en los productos de la pesca y acuicultura promueve la utilización de sistemas de producción y comercialización que garanticen la sostenibilidad de los recursos (Deere, 1999), actuando sobre:

- El mercado, suministrando información acerca del impacto ambiental de los productos, permitiendo a los distintos agentes identificarlos correctamente, favoreciendo, así, la competencia leal de los productos eco-etiquetados con el resto de productos del mismo origen que se ofertan.
- El consumidor, dándole la oportunidad de manifestar su preocupación ambiental/ecológica por medio de su comportamiento de compra y de los mecanismos del mercado (por ejemplo: orientando su poder adquisitivo hacia los "productos verdes") derivados de la existencia de un segmento con una cuota de

mercado creciente y dispuesto a premiar (pagar un sobreprecio) a los productos eco-etiquetados.

- Las empresas productoras y comercializadoras, permitiendo diferenciar de manera efectiva los productos que ofertan como base de su estrategia competitiva. Esta ventaja se incrementa cuanto mayor sea el segmento de consumidores que identifican y valoran los productos eco-etiquetados, involucrando a las empresas en el aprovechamiento sostenible de los recursos marinos.
- A la sociedad en general, contribuyendo a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural, lo que justifica la implantación de normas ambientales en la elaboración de los productos y las medidas de apoyo institucional a las empresas que participen de forma activa en la oferta y comercialización de productos eco-etiquetados.

1.3. DIRECTRICES FAO PARA EL ECO-ETIQUETADO DE PESCADO Y PRODUCTOS PESQUEROS

Las directrices de la FAO sobre etiquetado ecológico se elaboraron durante 2003 y 2004, a través de una serie de consultas técnicas celebradas por la FAO, con la participación de especialistas y representantes de los gobiernos. Estas directrices tienen como objetivo orientar a los gobiernos y las organizaciones que ya utilizan, o están pensando utilizar, sistemas de etiquetado para el pescado y los productos pesqueros obtenidos a través de una gestión responsable de la pesca marina. Las directrices de la FAO proveen una estructura para programas de eco-etiquetas reconocidas internacionalmente y no conducirá a un esquema de certificación propio de ese organismo, que estaría contra la propia constitución de la FAO. Así, los sistemas de eco-etiquetado pueden aplicar requisitos y criterios adicionales o más severos relacionados con la utilización sostenible de los recursos. Por ejemplo, la certificación del *Marine Stewardship Council* (MSC) se adhirió a estas directrices en septiembre del 2006. Los programas del MSC y de Friend of the Sea (FOS) comparten estos principios acordados internacionalmente para construir un sistema de certificación de pesquerías y de eco-etiquetado creíble y robusto.

Las directrices presentan los principios generales que deben regir los sistemas de etiquetado ecológico, comprendida la necesidad de auditorías fiables e independientes, transparencia en el establecimiento de normas y obligación de rendir cuentas, así como la necesidad de que las normas tengan fundamento científico. Concretamente, los siguientes principios deberían aplicarse a los sistemas de eco-etiquetado de la pesca de captura marina:

1. Ser congruentes con la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar de 1982 y el Acuerdo sobre la aplicación de las disposiciones de la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar de 10 de diciembre de 1982 relativas a la conservación y ordenación de las poblaciones de peces transzonales y las poblaciones de peces altamente migratorios, el Código de Conducta para la Pesca Responsable de la FAO, las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y otros instrumentos internacionales pertinentes.
2. Reconocer los derechos soberanos de los Estados y respetar y cumplir con las leyes y los reglamentos pertinentes.
3. Ser voluntarios y orientados al mercado.

4. Ser transparentes e incluir una participación equilibrada y justa de todas las partes interesadas.
5. No ser discriminatorios, no crear obstáculos innecesarios al comercio y permitir un comercio y una competencia leales.
6. Proporcionar oportunidades de acceso a los mercados internacionales.
7. Definir las responsabilidades de los propietarios de sistemas y los órganos de certificación de conformidad con las normas internacionales.
8. Incorporar procedimientos de auditoría y verificación fiables e independientes.
9. Asegurar la equivalencia de los sistemas que se ajusten a estas directrices.
10. Basarse en la información científica más avanzada disponible, teniendo en cuenta también el conocimiento tradicional de los recursos, siempre y cuando su validez pueda verificarse de forma objetiva.
11. Ser prácticos, viables y verificables.
12. Asegurar que las etiquetas transmitan información veraz.
13. Proporcionar claridad.
14. Basarse, como mínimo, en los requisitos sustantivos mínimos, criterios y procedimientos descritos en estas directrices.

Teniendo presente que los sistemas de eco-etiquetado están relacionados con la ordenación de la pesca y con los derechos y deberes de los Estados, se reconoce que la participación de éstos en los sistemas de eco-etiquetado es conveniente y debería fomentarse. Se reconoce también que los Estados y, según proceda, las organizaciones regionales de ordenación pesquera (OROP) pueden establecer sistemas de eco-etiquetado de manera compatible con estas directrices. Por tanto, en los sistemas de eco-etiquetado deberían tomarse plenamente en consideración las recomendaciones y la orientación proporcionadas por los Estados y las OROP, según proceda.

Es importante mencionar la tendencia creciente al establecimiento de certificaciones ecológicas nacionales o regionales, como es el caso de Alaska (*Alaska Seafood*) o de Islandia (*Iceland Responsible Fisheries*), que pueden suponer una competencia importante para las certificaciones internacionales más implantadas. Así, por ejemplo, según señalan funcionarios de Alaska, todos los productos del mar de este origen son sostenibles, con independencia de su certificación, gracias a la larga trayectoria de la gestión pública, tanto estatal como federal, de las pesquerías, lo que conducirá, a partir del año 2012, a una reducción progresivamente de la financiación destinada a la certificación de la pesquería de salmón de Alaska. Por otra parte, el logotipo *Iceland Responsible Fisheries* (Pesquerías Responsables de Islandia) indica el origen islandés de los productos y la gestión responsable de las pesquerías, que se corresponde con la Declaración sobre la Pesca Responsable de Islandia, publicada en 2007, como respuesta a las exigencias del mercado acerca del uso sostenible de los recursos marinos. Dicha declaración fue concebida para informar a los compradores del modo como se gestiona la industria pesquera en Islandia, así como del uso de los conocimientos científicos más avanzados para llevar a cabo los controles. Además, puso de manifiesto el compromiso del Gobierno de respetar la legislación y los acuerdos internacionales ya firmados sobre el acceso a los recursos del mar.

1.4. SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA

Las certificaciones que puede realizar una empresa del sector agroalimentario se pueden dividir en dos grandes grupos: *certificaciones de organizaciones* y *certificaciones de producto*. Entre las primeras están todos los estándares relacionados con la normalización de aspectos muy diversos de la actividad empresarial como la gestión de la calidad (ISO 9000), del medioambiente (ISO 14000), de la seguridad e inocuidad de los alimentos (ISO 22000), de la prevención de riesgos laborales y la seguridad e higiene en el trabajo (OHSAS 18000), o de la responsabilidad social corporativa (SA 8000), con los que las empresas certifican sus sistemas de gestión, asumiendo un compromiso de mejora continua de su comportamiento con clientes, con la sociedad y con el medio ambiente que sea cuantificable y contrastado por verificadores externos, sin que estén referidas específicamente a los atributos del producto que ofertan.

Las certificaciones de producto proporcionan una garantía de que sus atributos son conformes con las características previamente establecidas en los documentos normativos. Esto permite a las empresas estampar un sello o colocar una etiqueta en el producto que comunique a terceros (clientes o distribuidores) el cumplimiento de la garantía. En el caso de certificaciones de tercera parte, el cumplimiento de las características específicas de los productos agrícolas y alimentarios tiene que estar certificado por una *entidad de certificación* (organismo de control independiente de aquellos que producen y comercializan) que cumpla con la Norma ISO 65 (UNE-EN 45011).

La certificación de producto, donde el eco-etiquetado, objeto de este trabajo, constituye una de las posibilidades que tienen las empresas agroalimentarias para mejorar su competitividad, diferenciando sus productos o marcas a través de una serie de atributos o valores (ecológicos, sociales o de calidad) que los identifiquen y diferencien en el mercado (véase Tabla 1).

Los sistemas de certificación de productos pueden ser de dos tipos, según el agente al que van dirigidas (UICN, 2010): las orientadas al consumidor (*business to consumer*, B2C), distinguiendo en este caso, según el atributo que se quiera resaltar del producto, los enfoques relacionados con la calidad o con los aspectos ambientales (eco-etiquetas), y la orientación a la empresa (*business to business*, B2B).

Como se puede observar en la Tabla 1, en el mercado de los productos de la pesca y la acuicultura el productor puede optar para diferenciar sus productos entre una gran variedad de sellos y etiquetas que proceden de certificaciones de naturaleza muy distintiva. Las más numerosas son las certificaciones de calidad (denominadas marcas o sellos de calidad diferenciada, de garantía y colectivas) que, aun pudiendo tener en sus procesos de certificación algunas referencias al medioambiente y la sostenibilidad, no son estos aspectos su objetivo prioritario, por lo cual pueden complementarse con los sistemas de certificación medioambiental y, por si esto no fuese suficientemente complejo, con el cumplimiento de las especificaciones de las certificaciones de empresa (*business to business*, B2B) exigidas por las cadenas de distribución, conformando un sistema de exigencias que difícilmente pueden abordar las pequeñas y medianas empresas del sector.

Tabla 1. Certificaciones de producto en el sector pesquero y acuícola en España

Entidad impulsora del certificado		Tipo de certificación		
		Orientada al consumidor		Orientada a la empresa
		<i>Eco-etiquetas</i>	<i>Etiquetas de calidad</i>	
<i>Administración Pública</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Acuicultura orgánica (ecológica) 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Marcas de calidad diferenciada:</u> - DOP (Mejillón de Galicia) - IGP (Caballa de Andalucía, Melva de Andalucía) - ETG <u>Marcas de garantía:</u> - <i>Eusko Label</i> (Bonito del Norte y Atún Rojo o Cimarrón) - <i>Pesca de Rías</i> 	
<i>Organizaciones privadas</i>	ONGs	<ul style="list-style-type: none"> - MSC - Dolphin-Safe - Friend of the Sea 		
	Distribuidores	<ul style="list-style-type: none"> - Carrefour ECO-Bio 	<ul style="list-style-type: none"> - Eroski NATUR - Carrefour Selección (Natural) 	<ul style="list-style-type: none"> - GlobalG.A.P. - BRC - IFS
	Productores		<ul style="list-style-type: none"> <u>Marcas colectivas:</u> - Pescado de Estero - Boquerón Golfo de Cádiz-Barbate - Chirla del Golfo de Cádiz - Dorada de Crianza del Sur - Galera de la costa gaditana - Gamba roja de Garrucha - Mejillón del Sur - Pescado de Conil - Pescado del litoral gaditano - Pescados y mariscos Isla Cristina - Voraz de Tarifa-Besugo de la Pinta - Etc. 	

Fuente: Elaboración propia.

Algo similar les ocurre a los consumidores, que reciben a través de las etiquetas de los productos un sinfín de sellos y marcas sobre los mismos que no siempre son capaces de relacionar con los atributos que certifican y de diferenciar de sellos oportunistas similares. Esta situación de desinformación del consumidor hace que se reduzca el efecto diferenciador de la certificación y, con ello, la ventaja competitiva que supone

para la empresa, limitando el incentivo de los productores para abordar el esfuerzo, económico y administrativo, que supone la certificación.

Por tanto, como paso previo a estudiar las eco-etiquetas, se analizarán de forma más detallada sus características y diferencias con el resto de certificaciones de los productos de la pesca y la acuicultura en España.

1.4.1. Certificaciones orientadas al consumidor

Las certificaciones orientadas al consumidor son aquellas que éste puede identificar a través de ciertos distintivos como sellos o marcas visibles en las etiquetas del producto, como ocurre con la certificación orgánica o las marcas de calidad. En este caso se pueden distinguir tres enfoques diferentes según el atributo (calidad, ecológico o social) que se quiera destacar del producto.

1.4.1.1. Enfoque de calidad

Las marcas de calidad garantizan tanto el país/región de origen como el método seguido en la obtención y elaboración de los productos alimentarios. La información asociada a las certificaciones de origen, su grado de implantación en los productos agroalimentarios y el amplio conocimiento que de ellas tienen los consumidores, las han convertido en una fuente de diferenciación efectiva básica en la ventaja competitiva de numerosas empresas.

Los alimentos con sellos de calidad diferenciada constituyen el sistema utilizado en España y reconocido en la Unión Europea para distinguir y proteger muchos de los alimentos de calidad con características específicas, debidas al medio geográfico en el que se producen las materias primas, al proceso mediante el cual se elaboran los productos y/o a la influencia del factor humano que participa en dicho proceso.

A partir de 1992, la Comunidad Europea estableció unos sistemas generales de protección y valorización de los alimentos de calidad, en el marco de una política general para la defensa y promoción de este tipo de productos. Estos sistemas son los siguientes:

- *Denominación de Origen Protegida (DOP)*: representa el nombre de una región o de una zona determinada que se utiliza para denominar un producto agrícola o alimentario producido o elaborado en ella y cuya calidad o bien alguna de sus características específicas se derivan del medio geográfico en el que se obtiene.
- *Indicación Geográfica Protegida (IGP)*: hace referencia a una región o zona determinada que se emplea para designar un producto agrícola o alimentario que posee una reputación reconocida que puede relacionarse con el lugar de origen en el que se ha llevado a cabo, como mínimo, la producción, transformación o elaboración del producto.
- *Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)*: se trata en este caso de productos agrícolas o alimentarios que poseen unas características singulares que permiten su distinción con respecto a otros productos similares, bien debido a la utilización de materias primas, presentaciones o a la utilización (durante, como mínimo, 25 años) de métodos de producción y/o transformación tradicionales.

Los dos primeros están vinculados con el medio geográfico en el que se producen y el tercero con el método de producción. Estas figuras se han superpuesto, sustituyendo a las Denominaciones de Origen y Específicas impulsadas con anterioridad en España. Aparte de estas figuras de carácter general, las diferentes Comunidades Autónomas han establecido Denominaciones de Calidad, Marcas de Calidad, Marcas de Garantía, Marcas "Q", etc., que enriquecen y diversifican la oferta general de alimentos de calidad disponibles en los mercados. Asimismo, las empresas de gran distribución Carrefour y Eroski han lanzado en España las marcas de calidad propias *Carrefour Selección* (en otros países utiliza la marca *Carrefour Natural* que se puede encontrar en los lineales españoles en productos importados) y *Eroski NATUR*, que garantizan el origen y calidad de los productos (en el caso de *Eroski NATUR*, esta marca se utiliza para especies como la dorada, lubina, rodaballo, bacalao, salmón y trucha).

Los productos de la pesca y de la acuicultura que se venden con etiquetas públicas de calidad diferenciada que identifican su origen o forma de producción (DOPs, IGP o ETGs) en Europa se muestran en la Tabla 2. Como se puede observar en dicha tabla, en marzo de 2012 el número total de productos certificados con este tipo de distintivo en Europa era de 35, de los cuales 11 eran DOPs, 22 IGPs y 2 ETGs. De estas etiquetas nueve están en el Reino Unido (el 25,7% del total), cinco en Alemania, Francia e Italia respectivamente (lo que representa en cada caso el 14,3%) y, en quinto lugar, España con tres registros (un 8,6%). Fuera de Europa únicamente hay dos productos con etiquetas de este tipo para productos pesqueros o acuícolas: uno en China y otro en Vietnam.

A continuación se detallan los tres productos que llevan alguno de estos distintivos en España:

DOP "Mejillón de Galicia"

En este caso se protege el mejillón fresco, exclusivamente de la especie **mytilus galloprovincialis**, obtenido mediante el sistema tradicional de la zona de cultivo en batea o vivero flotante. Es un molusco bivalvo cuya concha se encuentra formada por dos valvas iguales de carbonato cálcico, cubiertas por una capa denominada periostraco. Como consecuencia de la productividad primaria de las Rías Gallegas, que genera una gran riqueza de flora y fauna marinas, a menudo el periostraco presenta adherencias de especies como balanos, poliquetos, briozoos y algas. En su interior se observa la vianda, normalmente de color crema anaranjado, constituida por dos lóbulos carnosos que poseen en los bordes una sinuosa banda de color violeta oscuro.

Para acceder al mercado de consumo en fresco con el amparo de la Denominación de Origen Protegida Mejillón de Galicia, el mejillón ha de pasar por un centro de depuración/expedición, y con el objeto de que la calidad y características que se deben a los factores del medio geográfico de cultivo no se vean alterados, el mejillón deberá obligatoriamente ser depurado con agua de mar de las Rías Gallegas de las provincias de A Coruña y Pontevedra.

Tabla 2. Etiquetas públicas de calidad diferenciada en Europa

Tipo	País	Denominación	Estado
DOP	España	Mejillón de Galicia (Mexillón de Galicia)	Registrada
	Francia	Moules de Bouchot de la Baie du Mont-Saint-Michel	Registrada
	Italia	Cozza di Scardovari	Solicitada
		Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino	Registrada
	Reino Unido	Fal Oyster	Solicitada
		Isle of Man Queenies	Publicada
	Polonia	Karp zatorski	Registrada
	Suecia	Kalix Ljörom	Registrada
	Finlandia	Kitkan viisas	Solicitada
República Checa	Pohořelický kapr	Registrada	
Grecia	Αυγοτάραχο Μεσολογίου	Registrada	
IGP	España	Melva de Andalucía	Registrada
		Caballa de Andalucía	Registrada
	Alemania	Fränkischer Karpfen / Franken-Karpfen / Frankenkarpfen / Karpfen aus Franken	Solicitada
		Aischgründer Karpfen	Solicitada
		Holsteiner Karpfen	Registrada
		Oberpfälzer Karpfen	Registrada
		Schwarzwaldforelle	Registrada
	Francia	Huîtres Marennes Oléron	Registrada
		Anchois de Collioure	Registrada
		Coquille Saint-Jacques des Côtes d'Armor	Registrada
	Italia	Acciughe sotto sale del Mar Ligure	Registrada
		Salmerino del Trentino	Solicitada
		Trote del Trentino	Solicitada
	Reino Unido	Lough Neagh Eel	Registrada
		Scottish Wild Salmon	Solicitada
		Cornish Sardines	Registrada
		Traditional Grimsby Smoked Fish	Registrada
		Scottish Farmed Salmon	Registrada
Arbroath Smokies		Registrada	
Whitstable oysters		Registrada	
República Checa	Třeboňský kapr	Registrada	
Irlanda	Clare Island Salmon	Registrada	
ETG	Francia	Moules de Bouchot	Solicitada
	Portugal	Bacalhau de Cura Tradicional Portuguesa	Solicitada

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por la base de datos DOOR (marzo, 2012).

La zona de cultivo será el espacio marítimo interior de las Rías Gallegas de las provincias de A Coruña y Pontevedra, habilitadas para el cultivo de mejillón en batea, constituida por las siguientes zonas: ría de Ares-Sada, ría de Muros-Noia, ría de Arousa, ría de Pontevedra y ría de Vigo. La zona de depuración/expedición queda limitada a las provincias costeras de: A Coruña y Pontevedra.

IGP "Caballa de Andalucía"

En este caso se protegen los filetes de caballa (*Scomber japonicus*) en conserva elaborada tradicionalmente. Se trata de un pez de cuerpo fusiforme y alargado, con el hocico puntiagudo y el péndulo caudal delgado. Tiene dos aletas dorsales netamente separadas y la cabeza y cuerpo cubierto de pequeñas escamas. Es de color azul verdoso, surcado por líneas y manchas negras estrechas y sinuosas, el flanco y vientre amarillo plateado con manchas de color gris azulado y mide normalmente entre 20 cm y 30 cm.

El proceso de elaboración será el tradicional, que artesanalmente se ha realizado en Andalucía, no pudiéndose incorporar a la cadena de producción elementos químicos ni emplearse ningún tipo de aditivos. El pelado de la caballa se lleva a cabo de forma manual, sin intervención de productos químicos, consiguiéndose así un producto de óptima calidad con un color blanco grisáceo, una textura compacta, suave y jugosa, olor agradable y sabor muy característico del pescado azul.

La zona de elaboración de las conservas se encuentra ubicada en los términos municipales de Almería, Adra, Carboneras, Garrucha y Roquetas de Mar (Almería); Algeciras, Barbate, Cádiz, Chipiona, Conil, La Línea, Puerto de Santa María, Rota, Sanlúcar de Barrameda, y Tarifa (Cádiz); Almúñecar y Motril (Granada); Ayamonte, Cartaya, Huelva, Isla Cristina, Lepe, Palos de la Frontera y Punta Umbría (Huelva); Estepona, Fuengirola, Málaga, Marbella y Vélez-Málaga (Málaga). Todos ellos pertenecen a la Comunidad Autónoma de Andalucía.

IGP "Melva de Andalucía"

La melva es un pescado de color azulado, o gris azulado, y flancos y vientre plateado y la piel es muy dura y fuerte, totalmente desnuda de escamas, salvo en la parte anterior del cuerpo y a lo largo de la línea lateral. El proceso de elaboración de las conservas es artesanal, que es el tradicionalmente realizado en Andalucía. El pelado de la melva se lleva a cabo de forma manual, sin intervención de productos químicos, consiguiéndose así un producto natural de óptima calidad con un color rosado, textura compacta, suave y jugosa, olor agradable y sabor muy característico, diferente del resto de los túnidos. Como líquido de cobertura se utiliza exclusivamente aceite de oliva o de girasol.

La zona de elaboración de las conserva se encuentra ubicada en los términos municipales de Almería, Adra, Carboneras, Garrucha y Roquetas de Mar (Almería); Algeciras, Barbate, Cádiz, Chipiona, Conil, La Línea, Puerto de Santa María, Rota, Sanlúcar de Barrameda, y Tarifa (Cádiz); Almúñecar y Motril (Granada); Ayamonte, Cartaya, Huelva, Isla Cristina, Lepe, Palos de la Frontera y Punta Umbría (Huelva); Estepona, Fuengirola, Málaga, Marbella y Vélez-Málaga (Málaga). Todos ellos pertenecen a la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La marca de garantía es el signo o medio utilizado por una pluralidad de empresas bajo el control y autorización de su titular, que certifica que los productos o servicios a los que se aplica cumplen unos requisitos comunes, en especial, en lo que concierne a su calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas o modo de elaboración del producto o de prestación del servicio (vid. art. 68 de la Ley 17/2001, de 7 de septiembre, de Marcas). La Ley de Marcas aclara que no podrán ser registradas como marcas de garantía las DOP, IGP y ETG ya que se rigen por disposiciones especiales. Un buen ejemplo de marca de garantía en España es la certificación para la pesca artesanal de *Pesca de Rías*. Esta marca promueve e impulsa las bondades de los productos gallegos y sirve para que los consumidores sepan que los productos que adquieren provienen de las rías gallegas y no de otro lugar. Esta iniciativa parte de la Consellería de Pesca y Recursos Marinos de la Xunta de Galicia y garantiza la frescura del producto (no transcurren más de 24 horas desde que el producto es extraído del mar hasta pasar a manos de los consumidores).

Por otra parte, las marcas colectivas se definen como aquellas que sirven para distinguir en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas (art. 62 de la Ley de Marcas). Según su normativa reguladora sólo podrán solicitar marcas colectivas las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios que tengan capacidad jurídica, así como las personas jurídicas de Derecho público. Un ejemplo de marca colectiva es la marca *Pescado de Estero*, promovida por la organización de productores de piscicultura de Andalucía (OPP 56). En este caso, la marca asegura al cliente un producto cultivado bajo el sistema de producción de esteros naturales, en un área geográfica determinada, que en este caso es Andalucía.

1.4.1.2. Enfoque ambiental

Existen varios tipos de certificación cuyo objetivo prioritario es medioambiental. La eco-certificación es un tipo de certificación dirigida a los consumidores, que garantiza la elaboración del producto con arreglo a un determinado conjunto de normas ambientales. Estas se refieren a cuestiones como la sostenibilidad de los recursos utilizados, el impacto ambiental del método de producción, y/o si el producto es reciclable.

El incremento del interés por los aspectos medioambientales en la sociedad ha tenido su reflejo en la industria alimentaria, dando lugar al desarrollo de sistemas de certificación privados de eco-etiquetado. Entre ellos destacan, en el sector de la pesca y acuicultura, la etiqueta Marine Stewardship Council (MSC), la iniciativa Dolphin-Safe, la iniciativa del Consejo de Administración de la Acuicultura (*Aquaculture Stewardship Council*, ASC), o el programa de la Alianza Mundial de Acuicultura (*Global Aquaculture Alliance*, GAA).

Asimismo, las cadenas de comercialización de productos alimentarios de Europa están reaccionando a la presión de los consumidores y al incremento de la oferta de productos eco-etiquetados, utilizando este tipo de certificación como herramienta de marketing. Como ejemplos de este tipo de iniciativas, en el ámbito de la comercialización de productos marinos, destacan (Gardiner y Viswanathan, 2004; Nora, 2005):

- La Iniciativa *Unilever Fish Sustainability* que tiene por objeto orientar a los consumidores acerca de la selección interna de las fuentes de suministro de pescado blanco de la empresa. La pesca se clasifica de ‘sostenible’ a ‘no sostenible’, de acuerdo con cinco criterios basados en el Código de Conducta para la Pesca Responsable de la FAO (FAO, 1995). Esta iniciativa fue precursora del fomento de la buena gestión de la pesca, prestando consideración a los beneficios de la adopción de la certificación MSC, permitiendo a los consumidores tomar decisiones de compra en función de la sostenibilidad del suministro de pescado.
- La marca *Pêche Responsable* (Pesca Responsable) de Carrefour proporciona una herramienta a los clientes de los hipermercados Carrefour de Francia y Bélgica, para identificar y comprar productos capturados de manera sostenible. En España Carrefour ha lanzado la marca ECO-Bio aunque de momento no tiene productos pesqueros o acuícolas entre sus referencias. En el caso de esta marca, la empresa da una garantía adicional pues se aplica a productos que ya poseen la certificación oficial de producto orgánico (o ecológico en España).

Otro ejemplo de eco-certificación es la certificación orgánica (ecológica en España). Es una forma de certificación que abarca las actividades de los productores de alimentos orgánicos y otros productos, empresas de procesamiento de alimentos, minoristas y restaurantes. Los requisitos varían de un país a otro (en España esta certificación es de iniciativa pública) y en general, implican un conjunto de normas de producción para el cultivo, almacenamiento, procesamiento, embalaje y transporte, referidos a:

- Evitar el uso de insumos químicos sintéticos (fertilizantes, plaguicidas, antibióticos o aditivos alimentarios), organismos modificados genéticamente, la irradiación, y la utilización de lodos de depuradora.
- El uso de las tierras de cultivo que han estado libres de productos químicos durante un determinado número de años (a menudo tres o más).
- La existencia y mantenimiento de registros detallados de producción y ventas (registros de auditoría).
- Una estricta separación física entre los productos ecológicos y los productos no certificados.
- Inspecciones periódicas in situ.

En algunos países, España incluida, este tipo de certificación está supervisado por el gobierno y el uso comercial del término ‘orgánico/ecológico’ está legalmente restringido.

En Europa las actividades de agricultura orgánica, en su mayor parte –incluyendo algunas de producción de peces (acuicultura)– están certificadas bajo los auspicios de la Federación Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (*International Federation of Organic Agriculture Movement*, IFOAM). La IFOAM cuenta con más de 750 organizaciones en 108 países, tales como la *Soil Association* en el Reino Unido, *Bioland* y *Naturland* en Alemania, *Bio* en Austria y *Krav* en Suecia y Noruega. Además de estas marcas privadas, Francia desarrolló, como un primer paso, la etiqueta AB (*Agriculture Biologique*), que fue creada en 1985 por el Ministerio francés de Agricultura y promovida a través de la Agencia Francesa para el Desarrollo y la Promoción de la Agricultura Orgánica. Este tipo de etiquetas de certificación se asigna a

aquellos métodos orgánicos que abarcan todos los aspectos medioambientales de la agricultura, desde la cría de animales hasta la elaboración de alimentos.

Por otra parte, la *International Organization for Standardization (ISO)*, propone un conjunto de herramientas voluntarias que pretenden estimular la demanda por parte de los consumidores finales y/o empresas clientes de aquellos productos/servicios con un mejor comportamiento ambiental. Este tipo de sistemas de reconocimiento ambiental están normalizados en la ISO 14020 y, de acuerdo con esta norma, existen tres sistemas de eco-etiquetado que se clasifican en:

- Etiqueta ecológica tipo I (norma ISO 14024) – Eco-etiquetas.
- Etiqueta ecológica tipo II (norma ISO 14021) – Auto declaraciones ambientales.
- Declaraciones ambientales tipo III (norma ISO 14025).

Estas normas ISO definen los principios generales, objetivos y procedimientos que deben regir para los diferentes tipos de etiquetas ecológicas y declaraciones ambientales. Entre los sistemas de eco-etiquetado que cumplen con la norma ISO 14024 están la FSC (*Forest Stewardship Council*) a nivel internacional, la EU *Eco-label* a nivel europeo o la *Nordic Swan* en los países nórdicos, mientras que en ámbitos nacionales están las certificaciones de AENOR Medio Ambiente (España), *NF Environment* AFNOR (Francia), *Environmental Choice* (Canadá) o *Blue Angel* (Alemania). La norma ISO 14024 cubre diversas categorías de productos, con la concreta excepción de los productos alimenticios, debido a lo cual por ahora no es relevante en el ámbito de los productos de la pesca y la acuicultura (Sainsbury, 2010).

1.4.1.3. Enfoque social

Otros tipos de certificación tienen un enfoque social, como el comercio justo o la certificación ética. Este tipo de certificación está diseñado para las prácticas y/o productos que se ajusten a los principios económicos y sociales de comercio justo y ético, en lugar de los ambientales. El comercio justo, referido a las asociaciones de comercio basadas en el diálogo, la transparencia y el respeto, y que buscan una mayor equidad en el comercio internacional, también está vinculado a los aspectos medioambientales de la gestión de los recursos y algunos de los problemas sociales asociados a la certificación ambiental. Este tipo de certificación aboga por el pago de un precio justo, mediante la promoción de la sostenibilidad y un enfoque de mercado que favorezca a los productores de los países en desarrollo. Se focaliza en las exportaciones de los países en desarrollo a los países desarrollados y, hasta ahora, se refiere principalmente a los productos agrícolas.

El objetivo estratégico del comercio justo es trabajar deliberadamente con productores y trabajadores marginados, a fin de ayudarles a pasar de una posición de vulnerabilidad a una de seguridad y autosuficiencia económica. También tiene por objeto impulsarles a que se conviertan en participantes en sus propias organizaciones, desempeñando un papel activo y más amplio en el escenario mundial, para lograr así una mayor equidad en el comercio internacional. La mayoría de las organizaciones de importación de comercio justo están certificadas por una o varias federaciones nacionales o internacionales que coordinan, promueven y facilitan la labor de las organizaciones de comercio justo, como en el caso de las Organizaciones de Etiquetado para el Comercio

Justo Internacional (*Fairtrade Labelling Organizations Internacional*, FLO). Creada en 1997, es ahora la asociación más grande y más ampliamente reconocida, con tres redes de productores y 20 iniciativas nacionales de etiquetado que promueven y comercializan la marca de Certificación de Comercio Justo (*Fairtrade Certification Mark*) en sus países. Inspecciona y certifica periódicamente las organizaciones de productores en más de 50 países de África, Asia y América Latina. Para que un producto lleve la marca de Certificación Internacional de Comercio Justo (*International Fairtrade Certification Mark*) o la marca de Certificado de Comercio Justo (*Fairtrade Certified Mark*), éste debe proceder de organizaciones de productores inspeccionadas y certificadas por FLO-CERT. Los productos deben ser cultivados y cosechados de conformidad con las normas FLO, para garantizar la integridad de los productos.

La Certificación de Comercio Justo no sólo garantiza un precio justo, sino también los principios éticos de la compra que incluyen la adhesión a los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y a la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

1.4.2. Certificaciones orientadas a la empresa

Determinados productos y prácticas están certificados con orientación no directa al consumidor sino a otras empresas (business to business, B2B), lo que se traduce en que no existe un distintivo o marca que diferencie el producto en el mercado. En este caso se pueden distinguir dos enfoques de certificación diferentes: aquellas que se aplican a las empresas productoras del sector primario (norma GlobalG.A.P.) y las que se refieren a las empresas transformadoras del sector agroalimentario (normas BRC e IFS).

1.4.2.1. Empresas productoras: GlobalG.A.P.

GlobalG.A.P. es un organismo privado que establece normas voluntarias a través de las cuales se pueden certificar productos agrícolas (incluyendo productos procedentes de la acuicultura) en cualquier parte del mundo. Nacido en 1997 como iniciativa del sector minorista agrupado bajo *Eurep* (*Euro-Retailer Produce Working Group*), venía impulsado por minoristas británicos junto con supermercados de Europa continental, respondiendo a la creciente preocupación de los consumidores acerca de la seguridad alimentaria, los estándares ambientales y laborales. Esto llevó a que decidieran armonizar sus propios estándares, muchas veces muy diferentes entre sí. También era de interés de los productores el desarrollo de normas comunes de certificación ya que muchos de ellos tenían relaciones contractuales con diferentes minoristas y todos los años debían someterse a múltiples auditorías realizadas bajo diferentes criterios. Tomando esto en consideración, *Eurep* comenzó los trabajos para establecer una norma única de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), aplicable a diferentes productos y capaz de abarcar la globalidad de la producción agrícola. Es una norma que abarca el ciclo completo, desde su inicio hasta la retirada del producto de su explotación. *GlobalG.A.P.* incorpora códigos de Buenas Prácticas Agrícolas (*Good Agricultural Practices*, GAP), Buenas Prácticas Ganaderas (*Good Farm Practices*, GFP), Buenas Prácticas Medioambientales y Buenas Prácticas Laborales, sistema APPCC y trazabilidad.

La certificación *GlobalG.A.P.* permite a las empresas garantizar al consumidor que los alimentos cumplen con los niveles establecidos de calidad y seguridad y que se han

elaborado teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad, seguridad, higiene y bienestar de los trabajadores, el medio ambiente y el respeto a los animales.

Es un tipo de certificación especialmente importante ya que, incluso si el producto cumple las normas legales, no entrará en el comercio al por menor a menos que el productor de la empresa se adhiera a este sistema y cumpla con las normas de los minoristas. El programa se centra en la calidad del proceso de producción, el etiquetado, la trazabilidad y la seguridad alimentaria. Se requiere además la verificación obligatoria de terceros, por parte de un organismo de certificación acreditado. Además, la norma *GlobalG.A.P.* está sujeta a un ciclo de revisión que dura tres años e implica un proceso de mejoramiento continuo, incorporando los progresos tecnológicos y las novedades del mercado.

La nueva versión de la norma Integrated Farm Assurance (IFA), que surgió en 2007 está compuesta por diferentes módulos, incluyendo un módulo general (basado en granja), tres actividades base (cultivos, ganado y acuicultura) y otros módulos con sub-actividades. Las sub-actividades de acuicultura actualmente disponibles están referidas a los salmónidos y las gambas, mientras que se encuentran en proceso de desarrollo las correspondientes al panga y a la tilapia. El esquema de la acuicultura engloba todo el procedimiento de crianza del producto certificado, desde que comienza el proceso de reproducción hasta llegar al producto final no procesado.

La *GlobalG.A.P.* IFA-Acuicultura se basa en los siguientes puntos:

- Seguridad y bienestar de granjeros y consumidores;
- Trazabilidad (de productos y registros de producción);
- Minimización de la utilización de productos agroquímicos;
- Bienestar de los animales;
- Sistema integrado de cultivo;
- Utilización de recursos eficientes;
- Conciencia medioambiental; y
- Cumplimiento de regulaciones locales e internacionales.

Como ejemplo, el grupo Tres Mares y su filial Truchas del Umia han obtenido recientemente la certificación *GlobalG.A.P.* convirtiéndose en las primeras empresas dedicadas a la acuicultura en España en conseguir esta certificación.

1.4.2.2. Empresas transformadoras: Global Food Standard del British Retail Consortium (BRC) e International Food Standard (IFS)

Las certificaciones *Global Food Standard* del *British Retail Consortium* (BRC) e *International Food Standard* (IFS) del BDH/FDC (Unión Federal de la Asociación del Comercio alemán/del Comercio y la Distribución Francés), son exigidas a las empresas transformadoras del sector agroalimentario por diferentes compañías europeas de distribución (Aldi, Mercadona, Edeka, etc.). Se trata de normas creadas para garantizar la calidad y seguridad de los alimentos durante su elaboración, aplicables a las etapas posteriores de la producción primaria.

El desarrollo de las normas BRC e IFS se basa en la siempre creciente demanda de los consumidores, las responsabilidades cada vez mayores de distribuidores y mayoristas, las crecientes exigencias legales y la globalización de los suministros de productos. Todos estos puntos hacen que sea imprescindible para desarrollar un control de calidad uniforme y estándar en la seguridad alimentaria.

La Asociación de Minoristas Británicos o *British Retail Consortium* (BRC) es una de las asociaciones comerciales principales en el Reino Unido. Está formada tanto por comerciantes al por menor que poseen pequeños comercios, como por grandes cadenas comerciales especializadas y supermercados. Representa al 90 por ciento de los comercios minoristas en Reino Unido aproximadamente.

En 1998, el BRC, respondiendo a las necesidades de la industria, desarrolló e introdujo la Norma Técnica BRC para Alimentación que deben cumplirse desde la producción de alimentos hasta su venta al consumidor final y se utiliza para evaluar a los fabricantes de los productos de alimentación de las marcas propias de los minoristas. Son un conjunto de Normas Técnicas líderes en la industria, las cuales especifican los requisitos que debe cumplir una organización para permitir la producción, envasado, almacenamiento y distribución de alimentos. Estas Normas se basan en el uso del APPCC y siguen los estándares marcados por la normativa ISO.

Además, la norma está diseñada para ayudar a los minoristas y propietarios de marcas a producir alimentos seguros y de calidad y ayudar en la defensa de su *due diligence*, en caso de ser objeto de investigación por las autoridades competentes puesto que, en la legislación alimentaria de la UE, los minoristas y propietarios de marcas tienen la responsabilidad legal sobre las mismas.

Asimismo, los miembros de la Federación Comercial Alemana (*Hauptverband des Deutschen Einzelhandels*, HDE), de su homólogo francés (*Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution*, FCD) y de sus homólogos italianos (COOP, CONAD y *Federdistribuzione*) han desarrollado una norma de calidad y de seguridad alimentaria para los distribuidores (y mayoristas) de productos alimenticios de marca propia, que tiene por objeto permitir la evaluación de la seguridad de los proveedores de alimentos y sistemas de calidad, de acuerdo con un criterio uniforme. Este estándar IFS se aplica a todas las etapas de la cadena alimentaria posterior a la explotación agrícola. Los distribuidores de Alemania, Austria, Polonia, España y Suiza apoyan al IFS como su estándar de seguridad alimentaria. En la actualidad, la mayoría de los certificados IFS se emiten en Europa, pero debido a la externalización y globalización de la distribución europea, la Federación está aumentando en todo el mundo. IFS es una norma apoyada por GFSI (*Global Food Safety Initiative*), como SQF, el APPCC Holandés, y la norma BRC. Algunos distribuidores, como Carrefour, Tesco, Ahold, Wal Mart, Metro, Migros y Delhaize, anunciaron su reconocimiento de todas las normas aceptadas por GFSI.

IFS Food fue el primer estándar IFS. IFS comenzó por la versión 3, en 2003, a la que siguieron otras hasta la actual versión 6, que comenzará a aplicarse a partir del 1 de julio de 2012. *IFS Food* es un estándar destinado a auditar a proveedores de productos propios para detallistas y mayoristas. Está dirigido a empresas de procesamiento de alimentos o empresas que empaqueten productos sueltos. *IFS Food* únicamente puede aplicarse cuando un producto está "procesado" o cuando existe riesgo de contaminación

del producto durante la fase de embalaje primario. Por este motivo, el estándar *IFS Food* no deberá aplicarse a las siguientes situaciones: 1) importación (oficinas), y 2) sólo transporte, almacenamiento y distribución.

1.4.2.3. La Global Food Safety Initiative (GFSI)

La *Global Food Safety Initiative* (GFSI) o Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria, cuyo origen se remonta al año 2000, es una red de expertos en seguridad alimentaria y de asociaciones profesionales de todo el mundo. El objetivo de esta iniciativa (promovida por CIES, una organización internacional cuyos miembros son grandes cadenas minoristas y sus proveedores, que engloba alrededor de 350 empresas con presencia en 150 países y representa alrededor del 75% de la distribución mundial) es establecer unos criterios para verificar si los distintos sistemas de gestión de la calidad y de la seguridad alimentaria, implantados por los integrantes de las cadenas de suministro de la gran distribución, satisfacen unos estándares de seguridad alimentaria uniformes que se adapten a todas las normas de seguridad alimentaria vigentes en un sector en el que la globalización es muy intensa. Así, algunos distribuidores, como *Ahold*, *Carrefour*, *Delhaize*, *Metro*, *Migros*, *Tesco* y *Wal-Mart*, ya han anunciado su reconocimiento de todas las normas aceptadas por GFSI.

Los objetivos de la GFSI son: mejorar la seguridad de los alimentos, garantizar la protección de los consumidores, fortalecer la confianza de los consumidores, generar criterios de referencia de sistemas de gestión de la seguridad alimentaria, y mejorar la eficiencia de costos en toda la cadena de suministro de alimentos. Una de las principales ventajas de la utilización de los esquemas o protocolos (*schemes*) reconocidos por la GFSI (como BRC o IFS) es la independencia entre el propietario del esquema y los organismos de certificación que los auditan. Al asegurarse de la gestión por separado de ambas entidades (propietaria del esquema y organismo de certificación), la industria alimentaria pueden tener la confianza de que no hay conflicto de intereses y de la imparcialidad de las auditorías.

La GFSI actúa de común denominador de todos los sistemas de gestión de seguridad alimentaria. Con el fin de tomar todas las precauciones razonables para evitar el comercio de un producto no seguro, y ante la ausencia de una norma de referencia para controlar la seguridad alimentaria en todas las fases de la cadena de suministro, las cadenas de distribución comenzaron a desarrollar referenciales de seguridad alimentaria susceptibles de certificación, generalmente cada uno de ellos avalado por una o varias asociaciones de distribuidores. GFSI no participa en la certificación o acreditación de actividades, pero ha elaborado o respalda documentos de orientación como una herramienta de referencia para los sistemas de gestión de seguridad alimentaria. De este modo, la GFSI establece su base en un documento de referencia donde se enumeran los requisitos mínimos que deben contemplar las normas de gestión de la seguridad alimentaria para ser reconocidas. Estos requisitos son: Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC/HACCP) basado en los principios del *Codex Alimentarius*, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) o Buenas Prácticas de Distribución (BPD), según aplique, y Sistema de Gestión y Seguridad Alimentaria.

2. ECO-ETIQUETAS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA UTILIZADAS EN ESPAÑA

Las eco-etiquetas proceden de sistemas de certificación cuyo objetivo prioritario es medioambiental referido a la sostenibilidad de los productos pesqueros y acuícolas. El interés creciente por estos aspectos en la sociedad ha dado lugar a un segmento de consumidores, cada vez más importante, que los tienen en cuenta en sus decisiones de compra. Las iniciativas para regular y certificar la oferta de productos sostenibles han sido públicas, entre las que destaca por su carácter internacional la denominación “orgánica/ecológica” de la Unión Europea, y privadas, implementadas y gestionadas por organizaciones no gubernamentales sin ánimo de lucro (Washington y Ababouch, 2011). La obtención de una eco-etiqueta debe ser certificada por un tercero independiente (certificación de tercera parte).

En este campo es importante destacar la actividad privada que queda patente no sólo en su participación directa en la implantación y gestión de las certificaciones; también debe tenerse en cuenta su labor en la definición, implementación o promoción en los mercados del eco-etiquetado. Así, las ONG participan en el sistema allí donde los gobiernos, por no interferir en el mercado ni favorecer intereses privados, tienen su campo de actuación limitado. La mayoría de los productores que se certifican, tanto en pesca extractiva como en acuicultura, recurren a esquemas controlados por terceras partes, internacionales e independientes de cualquier gobierno.

2.1. ECO-ETIQUETAS PRIVADAS

2.1.1. Marine Stewardship Council (MSC)

En 1997, la multinacional de la alimentación Unilever y el *World Wide Fund for Nature* (WWF) crearon el *Marine Stewardship Council* (MSC). La MSC es una organización independiente sin fines de lucro que otorga un distintivo o sello a las empresas pesqueras que no sobreexplotan el mar, perjudican lo menos posible el entorno marino y permiten un aprovechamiento sostenible de los recursos (Gardiner y Viswanathan, 2004; Washington y Ababouch, 2011). El objetivo del MSC es proporcionar incentivos basados en el mercado para mejorar la gestión de las pesquerías mundiales acreditando aquellas pesquerías gestionadas de forma sostenible de acuerdo con las directrices emanadas del *Código de Conducta para la Pesca Responsable* de la FAO (FAO, 1995). La evaluación de la pesquería es realizada por un panel de expertos independientes ajenos al MSC y el programa de acreditación permite obtener etiquetas en las que figure dicha información sobre pesca sostenible para el consumidor. Además, MSC ha ampliado su certificación a los productos pesqueros cultivados creando un nuevo esquema denominado *Aquaculture Stewardship Council* (ASC), certificando igualmente la sostenibilidad ambiental de los procesos.

El estándar del MSC recoge, a su vez, una serie de principios medioambientales diseñados para evaluar la gestión y sostenibilidad de las pesquerías, basados en el *Código de Conducta para la pesca responsable* de la FAO (FAO, 1995) y con las *Directrices para el eco-etiquetado de pescado y productos pesqueros de la pesca marina de captura salvaje* adoptada por la FAO en 2005. Para ello, previamente define la *unidad de certificación* como una pesquería o la combinación de un *stock*, método de

pesca y flota (que puede aglutinar o no al conjunto de buques que actúan sobre una misma biomasa de peces). Una vez acotada la unidad de certificación, es necesario verificar el cumplimiento del estándar de la institución.

Los tres principios del estándar del MSC a tener en cuenta son (Nora, 2005):

1. La condición de la población de peces de la pesquería (existencia de biomasa de peces suficiente para garantizar la sostenibilidad de la pesquería).
2. El impacto de la pesca en el ecosistema marino.
3. El sistema de gestión de la pesquería.

En el preámbulo de los Principios y Criterios del MSC, la pesca sostenible se define, a efectos de la certificación del MSC, como aquella que se lleva a cabo de tal manera que (Wessells *et al.*, 2001):

1. Se puede continuar indefinidamente en un nivel razonable.
2. Mantiene y busca maximizar la salud y la abundancia ecológica.
3. Se mantiene la diversidad, estructura y función del ecosistema del que depende, así como la calidad de su hábitat, lo que minimiza los efectos adversos que causa.
4. Es administrado y operado de manera responsable, de conformidad con el nivel local, nacional y las leyes y reglamentos internacionales.
5. Mantiene las opciones económicas y sociales actuales y futuras así como sus beneficios.
6. Se lleva a cabo de una manera social y económicamente justa y responsable.

Si la unidad de certificación cumple estos principios, el MSC emite las eco-etiquetas correspondientes, las cuales serán válidas durante un período de cinco años. Los Principios y Criterios en esta etapa sólo se aplican a los peces e invertebrados marinos (incluyendo pero no limitado mariscos, crustáceos y cefalópodos). La acuicultura, pesquerías de agua dulce y la cosecha de otras especies no están incluidas actualmente. El certificado expedido da el derecho a utilizar la etiqueta del MSC en los contenedores de pescado o del producto en sí.

Para evitar el fraude, la certificación de la Cadena de Custodia (*Chain of Custody Certificate*) es muy importante pues asegura la integridad del producto que llega al mercado a lo largo de la cadena de suministro desde el barco hasta el punto de venta, lo que garantiza que el pescado vendido con la etiqueta ecológica se originó a partir de una pesquería certificada MSC (Wessells *et al.*, 2001). Cada miembro de la cadena de suministro, incluyendo procesadores, minoristas y restaurantes, deberá estar certificado para poder aplicar la etiqueta al producto. Los productos con una cadena de suministro certificada, tendrán derecho a llevar el logotipo del MSC, mientras que los productos con cadena de suministro no certificada, no tendrán derecho. La certificación de la cadena de suministro la lleva a cabo un certificador acreditado por MSC. Esta certificación debe considerar todas las partes de la cadena de suministro (de los buques pesqueros a los consumidores finales), a la hora de emitir la evaluación, en función de los estándares de la Cadena de Custodia del MSC. La certificadora prestará especial atención a todos los pasos en la cadena de suministro donde los productos de una pesquería certificada bajo la norma MSC podrían verse mezclados con productos de

pesca no certificada. Algunos requisitos básicos elaborados por el MSC para la custodia de la cadena son (Wessells *et al.*, 2001):

1. Desde el barco hasta el muelle:
 - a. Todos los recipientes de pescado deben tener una etiqueta de identificación de la pesquería de origen.
 - b. En el muelle, todos los peces certificados deben ser segregados e identificados por separado del pescado no certificado.
2. Desde el muelle hasta el procesador, mayorista o minorista:
 - a. A su llegada al procesador, mayorista o minorista, todos los peces certificados deben estar separados del pescado no certificado.
 - b. Todos los peces certificados deben ser segregados e identificados durante el almacenamiento y envío.
3. Desde el procesador hasta el distribuidor mayorista o minorista:
 - a. El pescado certificado se debe procesar en un turno de producción único destinado únicamente a él, o la certificadora debe aprobar algunas otras precauciones que se toman para asegurar la continuidad de la segregación e identificación de los pescados certificados de los no certificados.
 - b. Todos los peces certificados deben ser segregados e identificados durante el almacenamiento y envío.
 - c. Hasta que los mecanismos automatizados de codificación se emplean sólo el pescado certificado se puede ejecutar en un solo turno de producción (es decir, en una base de la serie).

Los certificadores deben también asegurarse de que la cadena de custodia certificada de los peces se documenta con los registros pertinentes, incluidos los documentos de inspección de aduanas en su caso, la verificación de documentos de las especies de inspección, los conocimientos de embarque, con copias para todos los enlaces dentro del sistema de transporte, y las facturas de todos los partidos que tomaron posesión de la certificación. Asimismo, los organismos de certificación como mínimo deberán (Wessells *et al.*, 2001):

1. Revisar y conciliar todos los registros pertinentes.
2. Conciliar las cuentas detalladas de embarque y facturas con las cargas reales.
3. Establecer las medidas adecuadas que se están tomando por parte del beneficiario de segregar certificados frente a los productos no certificados.
4. Revisar los parámetros físicos (es decir, el marcado de los envases de los peces y los lugares establecidos de fuentes certificadas contra no certificados).
5. Revisar los parámetros administrativos (es decir, protocolos escritos para el mantenimiento de la segregación, manuales de capacitación de los empleados, la implementación de capacitación de los empleados, etc.).

2.1.2. Dolphin-Safe/Dolphin-Friendly

La certificación *Dolphin-Safe* o *Dolphin-Friendly* se desarrolló a partir del Acuerdo sobre el Programa Internacional de Conservación de los Delfines (APICD), el programa promovido por el *Earth Island Institute* (Washington y Ababouch, 2011).

El APICD es un acuerdo multilateral legalmente vinculante que entró en vigor en febrero de 1999, siendo el sucesor del Acuerdo para la Conservación de Delfines de 1992 (el Acuerdo de La Jolla), que ofrece la posibilidad de una certificación, de carácter voluntario, para aquellos atunes capturados sin dañar a los delfines durante el proceso de la pesca. Los objetivos de este acuerdo son:

1. Reducir progresivamente la mortalidad incidental de delfines en la pesquería de atún con red de cerco en el área del acuerdo a niveles cercanos a cero, a través del establecimiento de límites anuales;
2. Con el propósito de eliminar la mortalidad de delfines en esta pesquería, buscar métodos ambientalmente adecuados para capturar atunes aleta amarilla grandes no asociados con delfines; y
3. Asegurar la sostenibilidad a largo plazo de las poblaciones de atún en el área del acuerdo, así como la de los recursos marinos vivos relacionados con esta pesquería; teniendo en cuenta la interrelación entre especies en el ecosistema, particularmente por lo que se refiere, entre otros, a evitar, reducir y minimizar la captura incidental y los descartes de atunes juveniles y especies no objetivo.

El sistema del *Earth Island Institute* establece criterios aún más estrictos. Se basa en el Acta de Información al Consumidor sobre la Ley de Protección de Delfines de 1990 de Estados Unidos, que impide la venta en Estados Unidos de los atunes con la etiqueta *Dolphin-Safe* si se han capturado con redes de deriva. Estas redes se utilizan con la intención de perseguir y acorralar a los delfines que tienden a congregarse alrededor de los bancos de atún del Océano Pacífico Tropical Oriental. Un primer intento de debilitar la ley 1999 de los EE.UU, fue impugnado en los tribunales por el *Earth Island Institute*. En diciembre de 2002, el intento de enmendar la ley para satisfacer las necesidades del APICD, fue nuevamente llevado ante la justicia por algunas organizaciones no gubernamentales, que consideraban que las medidas del APICD no eran suficientemente estrictas. Aunque la certificación de *Dolphin-Safe* comenzó como un reglamento técnico, su utilización ha cambiado profundamente el mercado. Hoy en día existen varios sistemas de certificación que se aplican al atún. Esto tiene importantes consecuencias para el mercado internacional, ya que si el atún no está marcado como *Dolphin-Safe*, no se acepta en determinados países y, por tanto, tiene que encontrar otros puntos de venta.

2.1.3. Friend of the Sea (FOS)

Friend of the Sea es una organización no gubernamental (ONG) sin ánimo de lucro, cuya misión es conservar el hábitat marino (Washington y Ababouch, 2011). *Friend of the Sea* es parte del proyecto de *Earth Island Project Network* y se diferencia de MSC, en tanto que abarca pescado y moluscos procedentes tanto de la acuicultura como de la pesca siendo actualmente el único proyecto de certificación internacional que incluye todos los orígenes de los productos marinos.

Los productos y su procedencia son controlados *in situ* por organismos de certificación internacionales e independientes, tomando como referencia los estrictos criterios de sostenibilidad de *Friend of the Sea*. Los criterios de *Friend of the Sea* siguen las Directrices de la FAO para el eco-etiquetado de pescado y productos pesqueros. Los criterios de pesca sostenible de *Friend of the Sea* exigen (Sainsbury, 2010):

- Que la población objetivo no esté sobrepoblada.
- Que la pesquería genere un máximo del 8% de descartes.
- Ninguna captura accesorias de especies en peligro de extinción.
- Ningún impacto sobre el fondo marino.
- El respeto de las normas (TAC, IUU, FOC, talla mínima, etc.).
- La responsabilidad social.
- La reducción gradual de la huella de carbono.

Por otra parte, los criterios de acuicultura sostenible de *Friend of the Sea* exigen:

- Ningún impacto sobre el hábitat crítico (por ej.: manglares, marismas, etc.).
- El cumplimiento de los parámetros de aguas residuales.
- La reducción de las fugas y capturas accesorias a un nivel despreciable.
- Ningún uso de anti-vegetativos dañinos, OGMs, ni hormonas de crecimiento.
- El respeto de la responsabilidad social.
- La reducción gradual de la huella de carbono.

Asimismo, *Friend of the Sea* ha desarrollado un Programa de Supervisión Internacional para controlar *in situ* la Cadena de Custodia de los proveedores de sus productos, verificando que realmente provengan de las pesquerías y acuicultores aprobados y que no haya mezclas de ningún tipo.

2.2. ECO-ETIQUETAS PÚBLICAS

2.2.1. Acuicultura orgánica/ecológica

La agricultura orgánica (denominada ecológica en España) se puede definir como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

La agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente en España desde 1989, año en que se aprobó el Reglamento de la Denominación Genérica "Agricultura Ecológica", que fue de aplicación hasta la entrada en vigor del Reglamento (CEE) 2092/91 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios. Actualmente, desde el 1 de enero de 2009, fecha de entrada en vigor, la producción ecológica se encuentra regulada por el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga en el Reglamento (CEE) 2092/91, y por los Reglamentos: R(CE) 889/2008 de la Comisión, por el que se establecen disposiciones de aplicación del R(CE) 834/2007, con respecto a

la producción ecológica, su etiquetado y control y R(CE) 1235/2008 de la Comisión por el que se establecen las disposiciones de aplicación del R(CE) 834/2007, en lo que se refiere a las importaciones de productos ecológicos procedentes de terceros países.

En España, el control y la certificación de la producción ecológica, se ejerció por un organismo público de ámbito estatal -el CRAE (Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica, orden de 4 de octubre de 1989)-, hasta marzo de 1996, fecha en la que culminaba el traspaso de sus funciones a organismos dependientes de las Comunidades Autónomas. Actualmente en España, la mayoría de las Comunidades Autónomas ejercen el control y la certificación de los productos de la agricultura ecológica a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales, que son organismos públicos y que, en términos del Reglamento 2092/91, se denominan *Autoridades de Control*.

Cada Autoridad de Control, a su vez, está supervisada por las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las Comunidades Autónomas, o departamento equivalente o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas, que ejercen de *Autoridad Competente*. Estos organismos son órganos desconcentrados o corporaciones de derecho público. Sus órganos de decisión están formados por representantes del sector: productores, elaboradores, importadores de países terceros, elegidos democráticamente de entre los operadores, así como consumidores, asociaciones profesionales agrarias y representantes de la administración. En algunas comunidades autónomas el control y la certificación se lleva a cabo por organismos privados autorizados, es el caso de Andalucía, Castilla La Mancha y Aragón. Por lo tanto, las Comunidades Autónomas ejercen el control a través de autoridades de control públicas y organismos de control privados, designados o autorizados, en su caso, respectivamente, por sus correspondientes autoridades competentes.

Como distintivo para que el consumidor pueda diferenciar en el mercado los productos ecológicos, todas las unidades envasadas, además de su propia marca y alguna de las menciones ecológicas específicas, llevan impreso el código de la autoridad y organismo de control o un logo específico, con el nombre y el código de la entidad de control. También puede ir impreso el logo comunitario del origen ecológico, que será obligatorio en las condiciones establecidas en la normativa.

La etiqueta de «Agricultura Ecológica», con el anagrama específico y el distintivo del organismo de control, funciona como aval de garantía de que el producto satisface la normativa europea en materia de agricultura ecológica, y con las cotas de calidad esperadas por el consumidor.

El Reglamento contiene normas estrictas sobre el etiquetado y el empleo del logotipo, de manera que se evite la confusión o se dé un mal uso de estos distintivos: “*Cualquier término del tipo ecológico, bio, eco, etc., incluyendo el uso de estos apelativos en marcas registradas, o su aparición en el etiquetado o en la publicidad, de modo que pudiese inducir a error al consumidor al sugerir que el producto o sus ingredientes cumplen con los requisitos de este Reglamento, no pueden ser utilizados en productos no ecológicos*”. Además, la etiqueta de producción ecológica no puede aparecer en productos en los que se indique la presencia de organismos modificados genéticamente. Todo ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el

producto, está sometida a los controles e inspecciones correspondientes de la Autoridad o del Organismo establecido al efecto en la respectiva Comunidad Autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía oficial de que el producto responde a la calidad supuesta por el consumidor y cumple las normas establecidas en el Reglamento (CE) 834/2007 y sus disposiciones de aplicación.

Antes de comercializar un producto como ecológico o en conversión, todo operador alimentario que produzca, elabore, almacene o importe productos de un tercer país, o que comercialice dichos productos, deberá:

- Notificar su actividad a las autoridades competentes del Estado miembro donde se realiza la misma.
- Someter su empresa al régimen de control.

Estos requisitos serán obligatorios igualmente para el operador que subcontrate cualquiera de las actividades, y éstas estarán sujetas al régimen de control. Pueden quedar eximidos de dichos requisitos aquellos operadores que vendan los productos directamente al consumidor o usuario final, a condición de que no produzcan, elaboren o almacenen los productos, salvo en el punto de venta, ni los importen de terceros países, ni hayan subcontratado tales actividades a un tercero.

3. **CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS Y DE LOS CONSUMIDORES DE PRODUCTOS DE PESCA Y ACUICULTURA ECO-ETIQUETADOS EN ESPAÑA**

El objetivo general del trabajo es analizar la implantación de las etiquetas ecológicas o eco-etiquetas (*eco-labels*) en el sector de la pesca y acuicultura en España y la repercusión que tiene en las empresas de la cadena de valor de estos productos y en los consumidores.

Este objetivo general se estructura en tres subobjetivos:

- En primer lugar, la identificación de las eco-etiquetas utilizadas en España analizando sus principales características, realizado en el apartado anterior.

Para, posteriormente, efectuar un análisis con el fin de observar la repercusión que tiene en:

- Las empresas del sector pesquero y acuícola. Observando las características diferenciales de las empresas que las adoptan diferenciando por tipo de actividad (producción, transformación y comercialización) y su impacto en la competitividad de la empresa en Europa y España.
- En los consumidores, identificando el perfil del consumidor de los productos eco-etiquetados y cuantificando la importancia de este segmento de consumidores.

Para cumplir con los objetivos de esta investigación se ha realizado, en primer lugar, una revisión documental sobre el tema así como un análisis exploratorio de las eco-etiquetas de productos de la pesca y de la acuicultura que hay en España a partir de la información contenida en la base de datos *Ecolabel Index* (www.ecolabelindex.com). A partir de esta información, durante los meses de enero y febrero de 2012, se recogió material de las páginas web de las etiquetas *Marine Stewardship Council* (MSC), *Earth Island Institute* (*Dolphin-Safe*) y *Friend of the Sea* (FOS). Asimismo, también se recopiló de otras páginas web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España información sobre la implantación en España y Europa de la acuicultura ecológica. Todos los datos obtenidos sobre España se han comparado con los de otros países para hacer un análisis descriptivo comparativo sobre el tema.

Por otra parte, para poder analizar el tipo de empresa que ha implantado esta clase de etiquetas en los productos de sus empresas, en las bases de datos empresariales SABI (base de datos con información económica-financiera de las compañías españolas que presentan sus cuentas en los registros mercantiles) y AMADEUS (esta base de datos suministra información económica-financiera de las 520.000 empresas europeas más grandes por activos) se han buscado las empresas de los sectores NACE Rev.2: 0310 Pesca marina (el subsector 0311 Pesca en agua dulce no se ha tenido en cuenta ya que no existe ninguna empresa de este sector que tenga eco-etiquetas), 0321 Acuicultura marina, 0322 Acuicultura en agua dulce, 1020 Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, y 4638 Comercio al por mayor de pescados, mariscos y otros productos alimenticios. Del conjunto de empresas que conforman cada subsector se han identificado aquellas que poseían alguna de las eco-etiquetas MSC, *Dolphin-Safe* y/o *Friend of the Sea* (FOS) en sus productos y se han obtenido algunos datos económicos

sobre las mismas para el periodo 2005-2010: rentabilidad económica, margen sobre ventas, ingresos por ventas, activos totales, número de empleados y cuota de mercado.

Finalmente, para el análisis del comprador de productos eco-etiquetados en España se ha utilizado una encuesta, realizada por el grupo de investigación “Gestión Económica para el Desarrollo Sostenible del Sector Primario, IDES-UC” de la Universidad de Cantabria, sobre una muestra de 2.934 individuos encuestados personalmente durante el mes de noviembre de 2006 por todo el territorio nacional, con la excepción de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. El error muestral de esta encuesta es de $\pm 1,8\%$, para un nivel de confianza del 95,5%.

El procedimiento de selección de los encuestados se llevó a cabo siguiendo rutas aleatorias, con afijación proporcional del número de encuestas a realizar en cada comunidad autónoma según los porcentajes de edad y sexo correspondientes a cada pirámide de población. A los encuestados de la muestra se les hicieron diferentes preguntas sobre sus características sociodemográficas (sexo, edad, estudios y renta), su comportamiento de compra (únicamente a los 1.476 encuestados, el 50,3% de la muestra, que declararon realizar personalmente en alguna ocasión la compra de pescado) en lo referente al interés por el origen ecológico de los productos y la valoración (disposición a pagar un sobreprecio) de los sellos y productos de este origen.

3.1. LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE PESCADO EN ESPAÑA

En primer lugar, se va a llevar a cabo un análisis descriptivo comparativo entre la producción y el consumo de productos de la pesca y de la acuicultura para tener una idea aproximada de cuál es la importancia de este sector en España y en el resto del mundo. Los comentarios de este análisis se estructuran en tres apartados en los que se analiza el caso de España comparándolo, posteriormente, con el resto de países de la Unión Europea, a través de las diferencias con la media de la UE-25 y de los principales países (Alemania, Francia, Italia, Portugal y Reino Unido) y del resto del mundo comparándolo con la media mundial y con seis países de referencia (Australia, Canadá, China, EEUU, Indonesia y Japón).

En la Tabla 3 se presentan los países con mayor producción pesquera en el año 2009 (último año disponible obtenido de la base de datos *FishStat* de la FAO), estando la producción total desagregada en si procede de captura (pesca) o de cultivo (acuicultura). A continuación se analizará la situación siguiendo la estructura propuesta:

- *Situación de España.* La producción anual total de España es de casi un millón doscientas mil toneladas (el 0,7% de la producción mundial) procedente principalmente de la pesca, un 77,3%, frente al 22,7% de origen acuícola.
- *Situación de España respecto a la UE-25.* La Unión Europea tiene un peso relativamente pequeño en la producción de pescado, poco más de 6,5 millones de toneladas, un 4% de la producción mundial, procedente en su mayor parte, un 80,5%, de la pesca que supone un 5,8% del total. España, dentro de la UE, ocupa un lugar destacado con una producción del 18% del total de la UE-25, 17,3% de la pesca por detrás de Noruega e Islandia y liderando la producción acuícola, con el 21% del total, fundamentalmente debido a la producción de mejillón en Galicia. La

producción es sustancialmente mayor que la de los países utilizados como referencia y por encima del 300% mayor de la media de los 25 países.

- *Situación de España respecto al resto del mundo.* Cuando se compara con la producción mundial, destaca en primer lugar, la clara diferencia en cuanto al desarrollo de la acuicultura, que en el mundo supone un 44,8% de la producción mientras que en España es de tan solo el 22,7%, porcentaje que baja para la UE-25 al 19,7%.
- En el ranking global de producción ocupa la 20ª posición, con una producción de un 69,7% mayor que la media debido a la producción pesquera, que supone el 1% del total y supera en un 137% la media, a pesar de ser un 13,9% inferior de la media la producción acuícola que supone tan solo el 0,4% de la producción mundial. Analizando la posición relativa respecto a los países de referencia se observa una gran diferencia con los países que lideran la producción, como China, Indonesia o Japón sobre todo en la oferta de acuicultura.

Tabla 3. Producción pesquera mundial por países (año 2009)

País	Rk ¹	Producción		Pesca		Acuicultura		
		Tn	%	Tn	%	Tn	%	
España	20	1.171.507,6	0,7	905.028,3	1	266.479,3	0,4	
Unión Europea ²	Alemania	49	290.300	0,2	250.343	0,3	39.957	0,1
	Francia	32	664.564,3	0,4	430.556,3	0,5	234.008	0,3
	Italia	41	416.725,5	0,3	254.411	0,3	162.314,5	0,2
	Portugal	58	207.058,1	0,1	200.365	0,2	6.693,1	0
	Reino Unido	27	770.085,5	0,5	590.993	0,7	179.092,5	0,2
	Total		6.508.386,6	4	5.238.109,7	5,8	1.270.276,9	1,7
	Media UE-25		260.335,5		209.524,4		50.811,1	
Resto del mundo	Australia	52	239.459,8	0,1	174.924,4	0,2	64.535,4	0,1
	Canadá	22	1.107.123	0,7	952.954	1,1	154.169	0,2
	China	1	60.474.939,3	37,4	15.195.766	16,9	45.279.173,3	62
	EEUU	8	4.710.453,1	2,9	4.230.380,1	4,7	480.073	0,7
	Indonesia	2	9.815.201,5	6,1	5.102.355	5,7	4.712.846,5	6,5
	Japón	5	5.195.957,7	3,2	3.952.621,7	4,4	1.243.336	1,7
	Total		156.372.937	96	84.598.849,2	94,2	71.774.087,8	98,3
Media Mundial		741.104		400.942,4		340.161,6		
Total		162.881.323,6	100	89.836.958,9	100	73.044.364,7	100	
Media		690.175,1		380.665,1		309.510		

¹ Posición en el ranking de producción.

² Países de la UE (ampliada 25).

Fuente: Elaboración propia a partir de FishStat (FAO, 2011).

A continuación, siguiendo el mismo esquema establecido anteriormente, se analizará la situación en cuanto al consumo de pescado (véase Tabla 4).

- *Situación de España.* El consumo de pescado en España supera las 1.694 mil toneladas, en 2009, de las que el 30,9% proceden de las importaciones (el saldo neto exterior, importaciones menos exportaciones, supera las 523 mil toneladas), debido al hábito de consumo de pescado que llega a los 40 kilos por persona al año.
- *Situación de España respecto a la UE-25.* El consumo de la Unión Europea es el 6,2% del total mundial, algo más de 10 millones de toneladas, para lo que debe importar 3,6 millones de toneladas de pescado y otros productos de la pesca o de la

acuicultura de otros países no comunitarios que representan el 31,8% de las importaciones mundiales.

- En cuanto al consumo *per capita* de España, duplica al de la UE y supera ampliamente al del resto de países comunitarios del entorno salvo Portugal. A nivel absoluto, tan solo los consumos de Francia o Italia con casi 1,5 y 1,3 millones de toneladas respectivamente se aproximan al consumo español, aunque sólo Francia tiene un consumo *per capita* anual similar al español.
- *Situación de España respecto al resto del mundo.* España ocupa el puesto dieciocho en el *ranking* mundial de consumo de pescado y otros productos de la pesca o de la acuicultura, superando este consumo interno ampliamente su producción, lo que le convierte en uno de los principales importadores de pescado del mundo. En cuanto al consumo *per capita* de España éste es un 139,5% mayor que la media mundial, donde únicamente Japón presenta un consumo mayor, 60,8 kg/año.

Tabla 4. Comercio y consumo mundial de productos pesqueros (año 2009)

País	Rk ¹	Consumo [*]			Importación		Exportación		
		Tn	%	Per capita	Tn	%	Tn	%	
España	18	1.694.509,6	1	40	1.576.473	4,7	1.053.471	3,2	
Unión Europea ²	Alemania	28	705.547	0,4	14,8	1.279.389	3,8	864.142	2,7
	Francia	21	1.436.974,3	0,9	34,8	1.131.076	3,3	358.666	1,1
	Italia	23	1.269.417,5	0,8	24,4	994.914	2,9	142.222	0,4
	Portugal	40	466.761,1	0,3	54,8	401.109	1,2	141.406	0,4
	Reino Unido	25	963.826,5	0,6	20,4	897.524	2,7	703.783	2,2
	Total Media UE-25		10.118.979,6 404.759,2	6,2	22	10.748.556 429.942,2	31,8	7.137.963 285.518,5	21,9
Resto del mundo	Australia	39	469.361,8	0,3	24,2	282.268	0,8	52.366	0,2
	Canadá	24	976.237	0,6	23,8	483.387	1,4	614.273	1,9
	China	1	61.265.516,3	37,6	26,5	3.726.994	11	2.936.417	9
	EEUU	5	5.754.898,1	3,5	24,1	2.360.393	7	1.315.948	4
	Indonesia	2	9.227.541,5	5,7	24,3	253.146	0,7	840.806	2,6
	Japón	3	7.346.339,7	4,5	60,8	2.715.285	8	564.903	1,7
	Total Media Mundial		153.950.637,5 729.623,9	93,8	16,4	23.047.322 109.229	68,2	25.469.621,5 120.709,1	78,1
Total Media		164.069.617,1 695.210,2	100	16,7	33.795.878 143.202,9	100	32.607.584,5 138.167,7	100	

¹ Posición en el ranking de consumo.

² Países de la UE (ampliada 25).

* El consumo aparente de pescado se ha obtenido mediante el procedimiento Consumo = Producción + Importaciones – Exportaciones. La diferencia de 1,2 millones de toneladas que existe entre el consumo y la producción mundial se debe a problemas de contabilización de los productos utilizados en el comercio internacional (importaciones y exportaciones). El consumo per capita se ha obtenido a partir del suministro de pescado anual estimado que recibe cada persona.

Fuente: Elaboración propia a partir de FishStat (FAO, 2011) y FAOSTAT (FAO, 2012).

Como se puede observar en la Tabla 3, la mayor parte de la producción mundial (el 55,2%) proviene de la pesca y el resto de la producción se obtiene mediante el cultivo (acuicultura), principalmente en aguas marinas. De esta cantidad, un reducido número de especies sostiene la mayoría de la pesca mundial (véase Tabla 5). Estas especies incluyen la anchoa (7,6% del total mundial), el listado (un 2,9%), el arenque (un 2,8%), o la sardina (un 1,3%) a nivel de especies capturadas (pesca) y la laminaria (6,8% del

total mundial), la carpa china, plateada o común (con un 5,7%, 5,6% y 4,4% respectivamente) a nivel de especies cultivadas (acuicultura).

En España, las especies más capturadas en el año 2009 fueron, ordenadas por su importancia relativa, el listado (un 14,8% del total nacional), el rabil (un 7,9%), el jurel y la sardina (con un 4,9% ambas), el tiburón (un 4,5%), la merluza (un 3,5%), o el pez espada (un 3%) mientras que el mejillón, con un valor del 74,5%, es con mucha diferencia la especie cultivada más importante en España. A continuación, entre las especies cultivadas más importantes, le siguen la dorada (un 8,7%), la trucha arco iris (un 6,9%), la lubina (un 4,7%) y el rodaballo (un 2,7%).

Tabla 5. Principales especies capturadas y cultivadas en el mundo y en España (año 2009)

Origen	Grupo	Especie	Mundo		España	
			Tn.	%	Tn.	%
Pesca	Túridos	Listado	2.599.681	2,9	134.344	14,8
		Rabil			71.321	7,9
		Patudo			31.290	3,5
	Pelágicos	Anchoa	6.910.467	7,6		
		Arenque (del Atlántico)	2.509.260	2,8		
		Jurel, chicharro	1.252.552	1,4	44.397	4,9
		Sardina (europea)	1.217.346	1,3	44.281	4,9
		Verdel, caballa, estomino, peces pelágicos	1.624.109	1,8	30.264	3,3
	Demersales	Merluza (europea)			31.832	3,5
	Bacalao (Gadidae)	Abadejo o colín de Alaska	2.499.100	2,7		
	Otros	Tiburón (azul)			40.483	4,5
		Nototenia coluda			28.601	3,2
		Pez espada			27.448	3
		Pez sable	1.345.911	1,5		
Acuicultura	Peces	Carpa (común, china, plateada, cabezona)	13.917.816	19,1		
		Dorada			23.219	8,7
		Trucha (arco iris)			18.459	6,9
		Lubina			12.655	4,7
		Tilapia (del Nilo)	2.542.960	3,5		
		Rodaballo			7.188	2,7
		Corvina			1.348	0,5
		Anguila (europea)			488	0,2
	Moluscos	Mejillón			198.531	74,5
		Ostión (común, japonés)	3.528.516	4,8	1.147	0,4
		Almeja (japonesa)	3.248.013	4,4	843	0,3
		Ostra (europea)			1.002	0,4
	Algas / Plantas	Laminaria (del Japón)	4.930.705	6,8		
		Euqueuma	2.870.587	3,9		
Plantas acuáticas		2.493.756	3,4			

Fuente: Elaboración propia a partir de FishStat (FAO, 2011).

3.2. ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN DE LAS ECO-ETIQUETAS EN ESPAÑA

Como primer paso para analizar la implantación de las eco-etiquetas en España, se identifican en las bases de datos seleccionadas las 89 empresas de la cadena de valor de los productos de pesca y acuicultura (NACE Rev.2 0310, 0321, 0322, 1020 y 4638) con eco-etiquetas MSC, *Dolphin-Safe* o FOS, que suman un total de 108 certificaciones, ya que el 82,3% (73 empresas) sólo tienen una de las tres eco-etiquetas, mientras que el resto (16) tienen más de una, destacando dos empresas que tienen las tres eco-etiquetas. La información sobre las empresas de productos con eco-etiquetas públicas, orgánicas/ecológicas, no está disponible, por lo que se utilizarán referencias de estadísticas oficiales.

3.2.1. Eco-etiquetas privadas

El análisis de la implantación de los sistemas de certificación de eco-etiquetado privado en España y la valoración de su importancia comparado con la del resto de países se puede realizar tomando como unidad de análisis las empresas o los productos con dichas certificaciones.

3.2.1.1. Las empresas con eco-etiquetas privadas

El análisis de la implantación en las empresas de la cadena de valor de la pesca y de la acuicultura de las tres eco-etiquetas privadas, utilizadas en España para identificar productos ecológicos o sostenibles, se realiza a partir de los datos sobre el número de empresas que utilizan alguna de las tres certificaciones, diferenciando según tipo de actividad para MSC y DF (*Dolphin-Safe*, DS) y por especie para MSC y FOS.

La información sobre el número de empresas con eco-etiquetas privadas (véase Tabla 6 y el Anexo II, siguiendo la estructura prefijada), permite observar lo siguiente:

- *Situación de España.* De las 5.181 empresas de la cadena de valor de los productos de pesca y acuicultura, únicamente 89 están certificadas para emitir eco-etiquetas en España, lo que supone una penetración en el mercado del 1,7%, distribuida asimétricamente, ya que 62 empresas (el 69% del total de las certificadas) tienen el distintivo *Dolphin-Safe*, 33 empresas MSC y, tan solo 17, FOS.
- *Situación de España respecto a la UE-25.* La certificación con más implantación en EU-25 es MSC que con 2.999 empresas de las 3.279 empresas certificadas lidera el mercado con una cuota del 91,4%, seguida de lejos por DS con 200 empresas, el 6% del total, y FOS con 80 empresas, tan solo el 2,45 del total. Esta distribución contrasta con la de España donde la implantación de DF (DS) y FOS es superior a la media, superada únicamente por Alemania en el primer caso y por Francia e Italia en el segundo, lo que le permite ocupar en el ranking global el 2º y 4º puesto respectivamente. Sin embargo, MSC no consigue implantarse, con un porcentaje de penetración un 72,5% más bajo que la media de la UE-25, situándola en el puesto 18º.
- *Situación de España respecto al resto del mundo.* La peculiaridad del eco-etiquetado en España se confirma cuando se comprueba que las diferencias en la distribución de las distintas eco-etiquetas privadas entre España y la UE-25 se mantienen también para el resto del mundo, donde MSC lidera el mercado con una

cuota del 82,4%, para un total 2.376 empresas extracomunitarias certificadas con Alemania y EE.UU con mayor número de empresas certificadas. Las certificaciones DS y FOS tienen una menor cuota de mercado, 14,1% y 3,4%, respectivamente, manteniendo el liderazgo en el ranking los países de la UE-25.

Tabla 6. Empresas que utilizan eco-etiquetas para productos de la pesca o de la acuicultura¹

País	MSC			Dolphin-Safe			Friend of the Sea [*]			
	Rk. ³	N	%	Rk. ³	N	%	Rk. ³	N	%	
España	16	33	0,6	2	62	10,2	4	13	7,2	
Unión Europea ²	Alemania	1	1.238	23	1	78	12,8	13	4	2,2
	Francia	7	220	4,1	20	9	1,5	7	9	5
	Reino Unido	3	724	13,5	8	19	3,1	1	21	11,7
	Italia	30	5	0,1	10	16	2,6	2	14	7,8
	Portugal	12	47	0,9	23	7	1,1	20	2	1,1
	Total Media	-	2.999 120	55,8	-	200 8	32,9	-	80 3,2	44,4
Resto del mundo	USA	2	1.065	19,8	4	42	6,9	9	6	3,3
	Japón	4	574	10,7	11	15	2,5	44	0	0
	China	6	258	4,8	7	23	3,8	43	0	0
	Indonesia	45	1	0	6	32	5,2	19	2	1,1
	Canadá	8	161	3	25	5	0,8	22	2	1,1
	Australia	19	18	0,3	17	11	1,8	14	4	2,2
Total Media	-	2.376 35,5	44,2	-	407 6,1	67,1	-	100 1,5	55,6	
Total Media	-	5.375 58,4	100	-	607 6,6	100	-	180 2	100	

¹ Hay empresas que actúan en otros países con el mismo nombre y empresas que pueden tener varias eco-etiquetas.

² Países de la UE (ampliada 25).

³ Posición en el ranking.

* Pesca + acuicultura.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council, Earth Island Institute y Friend of the Sea (enero, 2012).

Como se observa en el Anexo II, la eco-etiqueta MSC está muy implantada en los países desarrollados que son grandes consumidores de pescado (Estados Unidos, Japón, Reino Unido o Alemania) mientras que las otras dos eco-etiquetas tienen mayor presencia tanto en países desarrollados europeos (tanto productores como consumidores) como en otros menos desarrollados pero que son grandes productores de pescado (Filipinas, Vietnam, Chile, Indonesia, India o Perú).

En lo que se refiere al tipo de actividad, en la Tabla 7 se muestra el número de empresas que tienen implantada la etiqueta MSC o *Dolphin-Safe* en sus productos diferenciando el tipo de actividad que realizan. Como se ve en la tabla, globalmente, la actividad de comercio (3.673 empresas) junto con el procesado y almacenamiento (2.924 y 2.666 empresas respectivamente) son las que tienen un mayor número de etiquetas MSC en sus productos. En España estos datos son similares a los que hay a nivel mundial coincidiendo las actividades de comercio, procesado y almacenamiento como aquellas con más etiquetas MSC en sus productos. No obstante, en el caso español es importante reseñar la nula implantación de esta etiqueta en las empresas que se dedican a la venta minorista y a la restauración a diferencia de lo que ocurre a nivel mundial.

Tabla 7. Número de empresas con la eco-etiqueta MSC/*Dolphin-Safe* según la actividad de la empresa

Actividad*	MSC		Dolphin-Safe	
	Global	España	Global	España
Captura	64	2	43	4
Procesado	3.130	29	332	58
Venta mayorista	739	8	314	5
Venta minorista	1.840	0	8	0
Distribución-transporte	1.368	10	-	-
Empaquetado	1.165	15	-	-
Restauración	622	0	-	-
Almacenamiento	2.666	27	-	-
Comercio	3.673	32	-	-
Otros	62	1	-	-

La importancia de la especie en el proceso de certificación de la empresa con eco-etiquetados queda patente en la Tabla 8, que presenta las especies capturadas o cultivadas con mayor presencia en las eco-etiquetas MSC y FOS. En el caso de España, la etiqueta MSC se concentra en la captura con nula penetración en la acuicultura y de manera especial en el salmón, en sus diferentes variedades, el abadejo de Alaska, el arenque, la merluza y el atún, siguiendo pautas de distribución según las especies de captura similares a las de resto del mundo pero una gran diferencia en mejillón en los productos de acuicultura.

En cuanto a la eco-etiqueta *Friend of the Sea* (FOS), las especies capturadas en que abunda este distintivo en España se corresponden a las diferentes variedades de atún (*yellowfin*, bonito, albacore o *bigeye*) mientras que a nivel mundial, además de estas especies, también se capturan y venden con este sello el pez espada, el langostino tigre, la sardina o el salmón, con una distribución más uniforme en las especies de origen acuícola (esto se explica porque, de momento, la eco-etiqueta MSC no se puede emplear para las especies cultivadas salvo el caso del mejillón).

Tabla 8. Número de empresas con la eco-etiqueta MSC/FOS según la especie capturada o cultivada

Origen	Especie*	MSC		FOS	
		Global	España	Global	España
Pesca	Anchoa argentina (Anchovy)	8	2	1	0
	Almeja (Clam)	30	1	4	0
	Merluza capa (hake cape)	1.423	3	0	0
	Merluza norte pacífico (Hake North Pacific)	415	1	0	0
	Arenque (Herring)	2.203	2	0	0
	Krill (Krill)	18	2	0	0
	Abadejo de Alaska (Pollock Alaska)	2.478	2	0	0
	Salmón chinook	3.365	2	3	0
	Salmón chum	3.650	2	3	0
	Salmón coho-Silver	3.391	1	3	0
	Salmón rosa (Salmon pink)	3.590	2	3	0
	Salmón sockeye-red	3.540	2	6	0
	Sardina (Sardine)	1.270	5	7	1
	Merluza negra (Toothfish)	675	3	0	0
	Atún albacore (Tuna albacore)	1.309	15	7	2
	Bonito (Tuna skipjack)	580	2	14	5
	Bigeye tuna	0	0	9	4
	Chub Mackerel	2.408	0	4	1
	Cod	0	0	4	0
	Yellowfin Tuna	0	0	49	6
Pez espada (Swordfish)	563	0	10	0	
Langostino tigre negro (Black tiger shrimp)	0	0	9	0	
Acuicultura	Caviar	0	0	4	2
	Dorada (Gilthead seabream)	0	0	2	1
	Mejillón (Mussel)	771	0	26	2
	Lubina (Seabass)	0	0	6	1
	Esturión (Siberian sturgeon)	0	0	1	1
	Rodaballo (Turbot)	0	0	3	1
	Trucha arcoiris(Rainbow trout)	0	0	5	0

* Una misma empresa puede capturar y cultivar diferentes especies de peces.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council y Friend of the Sea (enero, 2012).

3.2.1.2. Los productos con eco-etiquetas privadas

El análisis de los productos de pesca y acuicultura eco-etiquetados que se comercializan en España se realiza únicamente con los certificados por Marine Stewardship Council (MSC) debido a la ausencia de información desagregada de este tipo en las demás certificaciones. Esta circunstancia es una limitación importante, debido a la baja implantación de este sello en España pero, dado que es la eco-certificación de mayor implantación en el mundo, puede proporcionar una referencia clara sobre el tipo de productos, especies y presentaciones con eco-etiquetas en el sector pesquero y acuícola.

El análisis, a partir de la información sobre las marcas y referencias de los productos de la pesca o de la acuicultura que se venden en el mundo, permite plantear los siguientes comentarios (véase Tabla 9):

- *Situación de España.* En el caso del mercado español, en febrero de 2012 únicamente se vendían 28 marcas con eco-etiqueta MSC y 125 referencias, lo que supone una baja penetración en el mercado, muy por debajo de otros países europeos más pequeños y con menor producción y consumo de pescado como, por ejemplo, ocurre con Austria, Bélgica y Holanda.
- *Situación de la UE y de España dentro de ella.* La Unión Europea es donde más marcas y referencias de producto se venden con el distintivo MSC (más del 70% mundial), aunque hay que tener presente que en estos datos existen duplicidades ya que existen marcas que se comercializan en diferentes países europeos con las mismas referencias de producto. España, en relación al resto de países de la Unión Europea, está muy por debajo de la media europea.

Tabla 9. Número de productos vendidos con la eco-etiqueta MSC*

País		Marcas			Referencias de producto		
		Rk. ¹	N	%	Rk. ¹	N	%
España		13	38	2,4	15	125	1,4
Unión Europea ²	Alemania	1	283	17,9	1	2.376	26,1
	Francia	4	108	6,8	4	595	6,5
	Italia	12	43	2,7	14	125	1,4
	Portugal	16	24	1,5	19	70	0,8
	Reino Unido	5	87	5,5	3	624	6,8
	Total Media			1.149 46	72,5	-	7.069 282,8
Resto del mundo	Australia	19	19	1,2	16	125	1,4
	Canadá	10	68	4,3	11	296	3,2
	China	37	3	0,2	39	9	0,1
	EEUU	2	122	7,7	5	536	5,9
	Indonesia	-	0	0	-	0	0
	Japón	18	21	1,3	12	228	2,5
	Total Media			436 8,7	27,5	-	2.051 41
Total Media			1.585 21.1	100	-	9.120 121,6	100

* Una misma marca y referencia puede estar presente en varios países.

¹ Posición en el ranking

² Países de la UE (ampliada 25).

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council (febrero, 2012).

- *Situación del resto del mundo.* En febrero de 2012 estaban contabilizadas por la organización de la MSC 9.120 referencias de producto correspondientes a 1.585 marcas que se vendían en 75 países. Sin embargo, esta información puede llevar a confusión al existir, como ya se ha comentado anteriormente, un problema de doble contabilización ya que existen marcas y referencias que se venden en varios países. Un filtrado de los datos confirma que el número de marcas a nivel mundial sería realmente de 750 y el de referencias de 6.929, mientras que en la Unión Europea habría 559 marcas (lo que representa el 74,5% mundial) y 5.405 referencias (un 78% del total) diferentes. Como se observa en la Tabla 9, Alemania es el país en

primer lugar en cuanto a marcas y número de referencias de producto que emplean el distintivo MSC con algo más de la cuarta parte (26,1%). A continuación la siguen, aunque con una mayor diferencia, Reino Unido (6,8%), Francia (6,5%) y Estados Unidos (5,9%). Como se deduce de estos datos, los consumidores de los países europeos más desarrollados junto con Estados Unidos son los que más demandan este tipo de producto certificado y a donde se está dirigiendo la oferta (sirva el ejemplo de Noruega, uno de los grandes productores a nivel mundial de productos de la pesca y de la acuicultura pero con menor representatividad en el número de productos vendidos con la etiqueta MSC).

En cuanto a la marca (distribuidor) con mayor presencia de productos o referencias con la eco-etiqueta MSC en España (véase Tabla 10) destaca la baja presencia de productos nacionales (tan solo el 11,6% del total de referencias vendidas en España con 15 productos de 4 marcas) y la presencia mayoritaria de marcas y distribuidores no nacionales, principalmente de Alemania (el 70,8% del total de referencias con 54 productos de 20 marcas diferentes). La mayor parte de las referencias que se venden en Europa pertenecen a dos grandes empresas distribuidoras en Europa como son LIDL y ALDI. Asimismo, las marcas que más se venden en España con la certificación MSC se encuentran entre las más comercializadas a nivel mundial (marcas como Petri, Ocean Trader, Trawlic, Labeyrie, eismann, Yarrah o Admiral). El hecho de que haya tan pocas marcas nacionales en el mercado español de productos de la pesca y de la acuicultura se puede explicar por la escasa implantación del sello MSC entre las empresas de distribución españolas. No obstante, en enero de 2012, MSC ha anunciado que la gran empresa española de distribución El Corte Inglés se ha sumado al conjunto de empresas que venden productos con este distintivo en España, lo que puede suponer un gran empuje a la implantación de esta etiqueta en el mercado español.

Por otra parte, en cuanto a la eco-etiqueta *Friend of the Sea*, algunas de las principales cadenas de distribución en Alemania (Kaufland), Italia (Coop y Esselunga), España (Alcampo, Mercadona o DIA-Carrefour), Suiza (Aligro y Manor) y Reino Unido tienen productos de etiquetado propio certificados con este distintivo. Asimismo, varias de las mayores empresas de alimentos pesqueros o acuícolas participan en el proyecto *Friend of the Sea*. Entre ellas Agroittica Lombarda, Albion Fisheries, Aqua Alliance, Austral Group, Aveiro Maroc, Calvo, Clean Seas, DKSH, Domstein, Epax, Frinsa, Fjord, Gomes da Costa Alimentos, Generale Conserve, Itsu Sushi, Le Gouessant, Lee Fish, Marine Harvest, Norway Prawns, Omega Proteins, Panapesca, Pevaeche, Stolt Sea Farms, Toralla y Vanelli.

La distribución por especie de la eco-etiqueta MSC se concentra, más del 60% de las 9.381 referencias, en tres especies, véase Tabla 11: un 24,4% se corresponden con productos que utilizan el arenque, el 21,7% se refiere al salmón y el 15,5% a la venta de productos con abadejo. En España, la distribución por especie de productos que se comercializan con esta eco-etiqueta es muy similar, manteniendo la mayor representación los productos procedentes del arenque, abadejo y salmón, y con mayor presencia en los de anchoa y sardina que en el resto del mundo.

Tabla 10. Número de productos de la pesca o de la acuicultura vendidos en España con la eco-etiqueta MSC según el distribuidor y la marca del producto

Nacionalidad	Marca (distribuidor) del producto		Nº referencias	%
Alemania (70,8%)	LIDL (27,6%)	Admiral	6	4,6
		Nixe	3	2,3
		Ocean Trader	5	3,8
		Petri	13	10
		Tiko	1	0,8
		Trawlic	5	3,8
		Vitakrone	3	2,3
	ALDI (10%)	Aldi Spain	1	0,8
		Andi	2	1,5
		Bahia	1	0,8
		Delikato	3	2,3
		Fjörden's	3	2,3
		Freihofer Gourmet	1	0,8
		King's Crown	2	1,5
	Netto (0,8%)	Sea Gold	1	0,8
	Bofrost		9	6,9
	eismann		15	11,5
	Erste Kaviar Company		1	0,8
Friedrichs Premium		1	0,8	
Royal Frysk		1	0,8	
Stührk Delikatessen		14	10,8	
España (11,6%)	El Corte Inglés (0,8%)	Aliada	1	0,8
	Campos		2	1,5
	Lorea Green Selection		4	3,1
	Pandomar		8	6,2
Holanda (4,6%)	Queens		1	0,8
	Yarrah		5	3,8
Francia (3,9%)	Labeyrie		4	3,1
	Nautilus		1	0,8
Dinamarca (3,1%)	Officer		4	3,1
Reino Unido (1,6%)	Compass		1	0,8
	Pieminster		1	0,8
Noruega (1,6%)	Leroy		1	0,8
	Norway Seafoods		1	0,8
Islandia (1,5%)	Alfesca		Skandia	2
Suecia (0,8%)	ABBA		1	0,8
Canadá (0,8%)	Clearwater		1	0,8
Total			130	100

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council (febrero, 2012).

Tabla 11. Número de productos vendidos con la eco-etiqueta MSC según el tipo de especie

Especie	Global		España	
	N	%	N	%
Anchoa (Anchovy)	9	0,1	4	3,1
Almeja (Clam)	6	0,1	1	0,8
Bacalao (Cod)	444	4,7	8	6,2
Arenque (Herring)	2.292	24,4	37	28,5
Merluza de cola (Hoki)	167	1,8	4	3,1
Mejillón (Mussel)	237	2,5	5	3,8
Abadejo (Pollock)	1.455	15,5	27	20,8
Salmón (Salmon)	2.037	21,7	19	14,6
Sardina (Sardine)	330	3,5	8	6,2
Atún (Tuna)	256	2,7	5	3,8
Langostino/Gamba (Shrimp/Prawn)	341	3,6	1	0,8
Total*	9.381	100	130	100

* Algunos productos utilizan diferentes tipos de especie como sustitutivos (haddock, hake, pollock, hoki o saithe) para su elaboración.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council (febrero, 2012).

Los productos con eco-etiqueta MSC, véase Tabla 12, que se pueden encontrar en el mercado tienen una amplia gama de utilidades, formas de conservación, tipo de envase en el que se comercializa y presentaciones para el consumo, siendo las características generales de esta certificación y específicas de España las siguientes:

- La *utilidad* más común es el consumo humano en comida preparada y de menú, que acumulan más del 98% de las referencias certificadas de esta clasificación, seguida de manera prácticamente testimonial por los alimentos de mascotas y piensos de acuicultura.
- La *forma de conservación* de los productos de pesca con la eco-etiqueta MSC es el congelado, con un 29,5% de las empresas, seguida con porcentajes ligeramente superiores al 10% por las empresas de fresco, escabechado/encurtido y ahumado. España presenta una clara diferencia respecto a la situación global, concentrándose las empresas en el envasado al vacío, relacionado con la industria conservera, lo que representa el 40% de las compañías, seguido por el congelado, con un 20%, y el desecado y salado, con poco más del 13% de ellas.
- En lo que se refiere a la *forma/envase* como se comercializa, el block (el pescado en pieza) y la caja son las más utilizadas, con un 47,7% y 22,5% de las empresas respectivamente, presentando España una clara diferencia, congruente con la concentración de empresas con este sello en la industria conservera, al concentrarse en la presentación de lata o tarro/frasco el 40,5% y el 29,7% de las empresas.
- Por último, la *forma de preparación* para el consumo de los productos eco-etiquetados con MSC destacan las porciones, con el 25,8% de las empresas, seguida de los productos rebozados con el 22,1%. Los snacks, palitos y filetes son ofertados aproximadamente por el 15% de las empresas.
- La forma de preparación para el consumo en España se concentra, con el 66,7% de las empresas, en capsulas en aceite, propia de la industria conservera y en porciones.

Tabla 12. Número de empresas con la etiqueta MSC según el tipo de presentación del producto

Tipo de presentación*		Global	España
<i>Por su utilidad</i>	Alimento para peces (Aquaculture feed)	9	2
	Alimento para mascotas (Pet food)	21	0
	Fertilizante (Fertilizer)	5	0
	Comida preparada (Ready meal)	1.569	0
	Artículo de menú (Menu item)	283	0
<i>Por la forma de conservación</i>	Fresco (Fresh fish counter)	1.553	0
	Desecado (Dried)	503	2
	Fermentado (Fermented)	34	0
	Ahumado en caliente y en frío (Hot and cold smoked)	1.244	1
	Congelado (Individually Quick Frozen)	3.489	3
	Escabechado (Marinade)	462	0
	Escabechado/encurtido (Marinade/pickled)	1.442	1
	Encurtido (Pickled)	33	0
	Salado (Salted)	1.149	2
Envasado al vacío (Pouch/vacuum packed)	1.901	6	
<i>Por la forma de venta o envase</i>	Pieza (Block)	2.163	4
	Pieza interfoliada (Block interleaved)	707	1
	Caja (Boxed)	1.023	6
	Lata (Can)	367	15
	Tarro o frasco (Jar)	278	11
<i>Por la forma de consumo</i>	Hamburguesa (Cake/Cookie)	62	0
	Rebozado (Coated)	847	0
	Porción (Portion)	991	1
	Salsa (Sauce)	130	0
	Productos de picoteo (Snacks)	527	0
	Filetes (Steaks)	643	0
	Palitos de pescado (Surimi)	611	0
Cápsulas de aceite (Oil capsules)	25	2	

* Una misma empresa puede vender sus productos mediante diferentes formas de presentación.

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council (enero, 2012).

3.2.2. Eco-etiquetas públicas ecológicas/orgánicas

A pesar de que no existen datos estadísticos oficiales disponibles respecto de la producción global de productos orgánicos procedentes de la acuicultura, se estima que la producción total mundial es de aproximadamente unas 100.000 toneladas (European Commission, 2011). Esta modesta cantidad representa alrededor del 0,1 por ciento del total de la producción global de acuicultura. Según estos datos, la acuicultura orgánica está menos desarrollada en España que la agricultura orgánica. En Europa el número de explotaciones de acuicultura ecológica era de 123 en el año 2008, las cuales producían en total 50.000 toneladas (la mitad de la producción mundial). La principal especie cultivada en estas granjas es el salmón y los países con la mayor producción ecológica son: Reino Unido, Irlanda, Hungría, Grecia y Francia. Por otra parte, en España (véase Tabla 17) existían en el año 2008 un total de 5.297 explotaciones dedicadas a la acuicultura, de las cuales únicamente dos eran de producción ecológica (lo que tan sólo supone un 0,04% del total de explotaciones acuícolas en España y el 1,6% del total de explotaciones acuícolas orgánicas que existen en Europa). Estas explotaciones han producido 105 toneladas de pescado orgánico, lo que representa el 0,04% de la

producción total de España, mientras que el valor económico de este producto representa el 0,25% del valor económico del total producido en España ese año. A pesar de lo poco que representa la acuicultura ecológica frente a la convencional, sí es de destacar que el valor que genera cada kilogramo vendido es significativamente mayor (el precio del pescado ecológico fue seis veces mayor que el precio por kilogramo del pescado no orgánico).

Tabla 13. Acuicultura ecológica frente a acuicultura convencional en España (2008)

Concepto	Convencional	%	Ecológico	%	Total
Número explotaciones	5.295	99,96	2	0,04	5.297
Producción (toneladas)	253.147	99,96	105	0,04	253.252
Valor económico en origen (miles euros)	412.630	99,75	1.050	0,25	413.680
Precio pagado en origen (€/kg)	1,63	-	10	-	-

Fuente: Valor y volumen de los productos ecológicos de origen nacional en la industria agroalimentaria española, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2010b).

La evolución de la acuicultura ecológica en España entre los años 2009 y 2010, véase la Tabla 14, indica un crecimiento porcentual grande de la producción acuícola orgánica debido, fundamentalmente, al reducido volumen de partida, pero con un volumen de producción aún muy bajo con respecto a la producción total acuícola española (un 0,07% en el año 2009 y un 0,10% al año siguiente).

Tabla 14. Evolución de la acuicultura ecológica en España

Concepto	2009	%	2010	%	% var.
Número explotaciones	3	0,07	5	0,10	66,7
Número peces	409.961	-	1.133.421	-	176,5
Número industrias	10	1,76	19	3,34	90

Fuente: Estadísticas Agricultura Ecológica –España–, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2009, 2010a).

Por otra parte, el número de industrias dedicadas a la producción de productos acuícolas representaba un 1,76% del total en el año 2009 y un 3,34% en el año 2010. Como se puede deducir de estos datos, el mercado de este tipo de productos es todavía muy pequeño aunque su evolución es, en todos los sentidos, muy significativa (el incremento del número de explotaciones ha sido de un 66,7% anual, el del número de peces cultivados de un 176,5% anual y un 90% anual en el número de industrias dedicadas a la producción de productos pesqueros ecológicos). Estos datos vienen a mostrar que, aunque cuantitativamente el sector de la acuicultura ecológica representa un nicho pequeño del mercado de productos acuícolas, cada año va incrementando su importancia económica.

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS QUE TIENEN IMPLANTADAS LAS ECO-ETIQUETAS

El análisis de las características diferenciales de las empresas de la cadena de valor de los productos de pesca y acuicultura que poseen alguna de las certificaciones ecológicas privadas utilizadas en España (MSC, *Dolphin-Safe* o FOS) se realiza a partir de tres datos de segmentación: antigüedad, tamaño (medido mediante el número de

trabajadores, volumen de activo y de ingresos) y el subsector de actividad principal al que pertenecen (4 dígitos según la clasificación sectorial internacional NACE Rev.2) relacionado con la captura o cultivo de peces, con su procesado o transformación, así como aquellas empresas que comercializan este tipo de productos en España. Para el análisis económico de las empresas se utilizan los datos de rentabilidad económica, margen y cuota de mercado de las empresas.

Los datos que se muestran en la Tabla 15 indican que, en general (datos de la base SABI), las empresas que en España han adoptado alguna o varias de las eco-etiquetas mencionadas son el 1,4% del total (71 de 5.181 empresas de este sector). Las empresas eco-certificadas, en promedio, tienen una antigüedad y un tamaño significativamente mayor que el resto (independientemente de cómo se mida esta variable: ingresos, activos o número de empleados) y obtienen una rentabilidad económica y margen más grande, lo que les proporciona una mayor competitividad y, por tanto, cuota de mercado. Todas las diferencias en las mencionadas variables, salvo la rentabilidad económica, son altamente significativas.

En el caso de comparar solamente las empresas españolas más grandes, 29 empresas de las 337 que aparecen en la base de datos AMADEUS, todas las variables de segmentación siguen manteniendo diferencias altamente significativas (nivel de significación del 0,1%), por tanto siguen siendo las empresas más antiguas y grandes las que implantan estas certificaciones, pero se observa que esta estrategia está más relacionada con la obtención de una ventaja competitiva orientada a ganar cuota de mercado (un 161% mayor de media que las no certificadas) que a mejorar su resultado económico, dado que presentan un menor nivel de rentabilidad y margen que las empresas que no están certificadas, aunque esta diferencia no es significativa.

Tabla 15. Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010

Base de datos	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Márgen ventas (%)
SABI	0 (N=5.181)	15	3.326	2.383	10	0,08	-2,69	-7,72
	1 (N=71)	34	33.137	28.331	117	1,21	1,82	0,88
	Significación ²	***	***	***	***	***	*	***
Amadeus	0 (N=337)	22	31.287	24.826	92	0,88	2,86	1,30
	1 (N=29)	41	77.836	57.085	364	2,30	2,12	0,59
	Significación ²	***	***	***	***	***	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI (enero, 2012).

Si se analizan estos resultados, pero diferenciando por sector de actividad, se observa que:

- En las *empresas de producción pesquera* (véase Tabla 16) la implantación de las eco-etiquetas es menor que la media, un 0,6% para 8 empresas certificadas de las 1.386 de la base SABI, compuesto por empresas significativamente más importantes -por tamaño- tanto en lo que se refiere al número de trabajadores como al volumen de activos e ingresos, y consolidadas, dada su mayor antigüedad.

El resultado de la implantación del eco-etiquetado se orienta más a la obtención de una mayor cuota de mercado que al de mejorar sus resultados económicos donde solamente el margen presenta un resultado medio significativamente mayor.

Sin embargo, cuando nos referimos a las empresas más grandes, 33 recogidas en la base AMADEUS, la empresa eco-certificada es más pequeña y obtiene un mejor resultado económico, aunque este dato carece de significación debido a lo limitado de la población.

Tabla 16. Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de pesca marítima (NACE 0311)

Base de datos	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Márgen ventas (%)
SABI	0 (N=1.386)	15	1.427	2.053	9	0,06	-3,54	-9,72
	1 (N=8)	33	26.033	59.748	104	1,15	-0,91	1,90
	Significación ²	***	***	***	***	***	-	*
Amadeus	0 (N=32)	33	27.429	50.199	172	3,01	0,26	0,14
	1 (N=1)	47	24.967	29.444	63	2,74	1,80	3,34
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI (enero, 2012).

- En las empresas de *producción acuícola marina y de agua dulce* (véase Tabla 17) la implantación de las eco-etiquetas es superior a la media del sector, un 1,59% para 4 empresas certificadas de las 251 de la base SABI, con mayor representación relativa en acuicultura de agua dulce que en marina, 6,2% frente al 0,9%, sin que haya representación de este tipo de empresas con certificación en la base AMADEUS lo que proporciona una idea de la limitación de tamaño de las empresas certificadas en este subsector.

El resultado en ambos tipos de empresas de acuicultura es similar, siendo las empresas certificadas más importantes, por tamaño, tanto en lo que se refiere al número de trabajadores como al volumen de activos e ingresos, y consolidadas, dada su mayor antigüedad, con una mayor cuota de mercado y mejor resultado económico, aunque las diferencias de medias no sean significativas dado el reducido número de empresas de la población.

Tabla 17. Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de acuicultura marina (NACE 0321)

Actividad (NACE Rev. 2)	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Margen ventas (%)
SABI	0 (N=216)	15	1.539	3.463	10	0,38	-9,28	-36,35
	1 (N=2)	28	36.113	53.591	159	8,80	10,32	13,54
	Significación ²	**	**	**	**	**	*	*
Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de acuicultura en agua dulce (NACE 0322)								
Actividad (NACE Rev. 2)	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Margen ventas (%)
SABI	0 (N=35)	24	872	2.349	8	2,63	-4,34	-44,18
	1 (N=2)	25	1.008	5.603	17	3,04	-0,94	-1,30
	Significación ²	-	-	*	-	-	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI (enero, 2012).

- La implantación en las empresas de *procesado/conservación* de productos de la pesca y de la acuicultura (véase Tabla 18) es muy importante: un 14,2% para 53 empresas certificadas de las 374 de la base SABI, que llega al 50%, 23 de 46 empresas, en las empresas más grandes de la base AMADEUS.

Las empresas de procesado y/o conserva certificadas son importantes, por tamaño, tanto en lo que se refiere al número de trabajadores como al volumen de activos e ingresos, y consolidadas, dada su mayor antigüedad. Siendo el resultado de la implantación del eco-etiquetado la obtención de una significativamente mayor cuota de mercado unido a un mejor resultado económico, con mayor rentabilidad económica y margen, aunque no significativo. Las diferencias y la significación de los efectos varían directamente con el tamaño de manera que son mayores entre las empresas de SABI que de AMADEUS.

Tabla 18. Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de procesado y conservación (NACE 1020)

Actividad (NACE Rev. 2)	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Márgen ventas (%)
SABI	0 (N=374)	18	4.623	4.413	28	0,13	-1,58	-11,25
	1 (N=53)	36	33.906	23.632	130	0,96	1,58	0,26
	Significación ²	***	***	***	***	***	-	-
Amadeus	0 (N=46)	23	26.439	21.832	140	0,89	1,54	2,56
	1 (N=23)	44	75.657	53.377	393	2,55	2,12	0,55
	Significación ²	**	**	**	**	**	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI (enero, 2012).

- En el subsector de empresas de españolas de *comercio al por mayor de productos de la pesca y de la acuicultura* (véase Tabla 19), la implantación de las eco-etiquetas es muy baja, un 0,2% para 6 empresas certificadas de las 3.170 de la base SABI que sube al 2%, 5 de 248 empresas, en las empresas más grandes de la base AMADEUS.

Las empresas de comercio al por mayor de productos de la pesca y de la acuicultura certificadas son importantes, por tamaño, tanto en los que se refiere al número de trabajadores como al volumen de activos e ingresos, y consolidadas, dada su mayor antigüedad. Siendo el resultado de la implantación del eco-etiquetado, en general (teniendo en cuenta todas las empresas de la base SABI), la obtención de una significativamente mayor cuota de mercado unido a un mejor resultado económico, con mayor rentabilidad económica y margen, aunque menos significativo. Para las empresas más grandes recogidas en la base AMADEUS, los efectos económicos cambian, menor rentabilidad y margen, manteniéndose el sentido de las diferencias en lo que se refiere a la cuota de mercado, tamaño y antigüedad aunque de menor cuantía y significación.

Tabla 19. Datos económicos medios de empresas con y sin eco-etiqueta en España para el periodo 2005-2010 de comercio al por mayor (NACE 4638)

Base de datos	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Márgen ventas (%)
SABI	0 (N=3.170)	15	4.157	2.217	9	0,03	-2,13	-4,08
	1 (N=6)	19	45.533	27.115	34	0,32	5,68	1,53
	Significación ²	-	***	***	***	***	*	*
Amadeus	0 (N=248)	20	33.558	21.840	75	0,35	3,46	1,30
	1 (N=5)	25	98.436	79.672	291	1,04	2,18	0,27
	Significación ²	-	**	***	*	**	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney . *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI (enero, 2012).

Si se realiza un análisis comparado de las diferencias en los países de la UE-25 de las diferencias entre las eco-certificadas y el resto de empresas de mayor dimensión de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura recogidas en la base AMADEUS, se observa que en el caso de empresas europeas de los sectores de producción pesquera y acuícola no existen datos de empresas de este tipo en la mayoría de los países, por lo que se limita el análisis a las empresas de procesado y conservación y a la venta al por mayor.

La implantación de las eco-etiquetas en las empresas de *procesado y conservación* de mayor dimensión del sector de la UE-25 (véase Tabla 20), con datos en la base AMADEUS, alcanza el 30,5%, 108 empresas de las 354 de la cadena de valor de los productos de la pesca y la acuicultura, teniendo una mayor implantación, porcentualmente, en Alemania, España y Reino Unido.. De media, esta estrategia de diferenciación la adoptan las empresas más consolidadas, significativamente más antiguas y de mayor dimensión tanto por número de empleados como por volumen de ingresos y activos. La ventaja competitiva obtenida está asociada a la escala, siendo significativa la diferencia en cuota de mercado, y en menor medida, a la obtención de

mejores resultados, observándose únicamente una discriminación positiva no significativa en la rentabilidad económica de las empresas eco-certificadas.

Tabla 20. Datos económicos medios de empresas de procesado y conservación (NACE Rev. 2 = 1020) con y sin eco-etiqueta en Europa para el periodo 2005-2010

País	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Márgen ventas (%)
España	0 (N=46)	23	26.439	21.832	140	0,89	1,54	2,56
	1 (N=23)	44	75.657	53.377	393	2,55	2,12	0,55
	Significación ²	***	**	**	**	**	-	-
Alemania	0 (N=7)	106	98.176	44.006	218	5,49	-0,43	-2,35
	1 (N=8)	106	118.389	52.693	425	6,62	3,17	2,80
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	-
Francia	0 (N=34)	22	33.602	14.175	90	1,49	4,28	1,50
	1 (N=11)	20	101.636	61.207	316	4,50	1,63	1,43
	Significación ²	0,771	***	***	***	***	-	-
Reino Unido	0 (N=29)	20	62.516	31.884	289	2,51	4,97	3,86
	1 (N=14)	21	48.070	21.496	196	1,93	7,97	3,84
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	-
Italia	0 (N=41)	29	27.375	19.110	54	1,89	0,34	-0,49
	1 (N=8)	36	33.836	37.323	161	2,33	1,07	0,81
	Significación ²	-	*	**	-	*	-	-
Portugal	0 (N=23)	26	28.028	24.817	124	3,57	0,33	0,15
	1 (N=4)	45	19.296	20.610	188	2,46	2,01	2,22
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	*
Total UE25	0 (N=246)	34	34.912	20.871	151	3,34	2,77	1,57
	1 (N=108)	45	61.784	39.366	268	5,22	3,25	1,57
	Significación ²	**	***	***	***	***	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos AMADEUS (enero, 2012).

El empleo del eco-etiquetado en España e Italia se realiza por empresas más consolidadas con el fin de obtener cuota de mercado, siguiendo el mismo patrón que la media de la UE-25, presentando en Alemania y Francia como única diferencia el no ser adoptada por empresas más antiguas. Sin embargo, en otros países como Portugal las empresas que se eco-certifican no son las mayores, orientando la diferenciación que proporciona a la obtención de mejores resultados que a la obtención de cuota de mercado. En Reino Unido no se aprecian diferencias significativas en las empresas del sector debidas a la eco-certificación.

La implantación de las eco-etiquetas en las empresas de *comercio al por mayor de productos de la pesca y de la acuicultura* de la UE-25, con datos en la base AMADEUS (véase Tabla 21), es tan solo del 6,6%, 75 de las 1.135 empresas, teniendo una mayor implantación, porcentualmente, en Reino Unido y Alemania. De media, esta estrategia de diferenciación la adoptan, al igual que sucedía en el caso de las empresas transformadoras, las más consolidadas, significativamente más antiguas y de mayor dimensión tanto por número de empleados como por volumen de ingresos y activos. La ventaja competitiva obtenida está asociada a la escala, siendo significativa la diferencia en cuota de mercado, pero sin incidir de manera significativa en los resultados.

El empleo del eco-etiquetado en las empresas de comercio al por mayor de España está asociada a las empresas de mayor dimensión, aunque no las más antiguas, teniendo como resultado la obtención de una cuota de mercado significativamente mayor aunque con resultados más bajos, rentabilidad económica y margen medios más bajos aunque la diferencia no es significativa. Este resultado medio menor en las empresas de comercio al por mayor con eco-etiquetas se observa también en Francia, Italia y Reino Unido. Únicamente en Alemania y Portugal consiguen resultados de media superiores a las no eco-certificadas aunque, al igual que sucedía en el resto, las diferencias no sean significativas.

Tabla 21. Datos económicos medios de empresas de comercio al por mayor (NACE Rev. 2 = 4638) con y sin eco-etiqueta en Europa para el periodo 2005-2010

País	Eco-label (0=No;1=Si)	Antigüedad (años)	Ingresos (miles €)	Activos (miles €)	Empleados (núm.)	Cuota mercado (%)	RE ¹ (%)	Margen ventas (%)
España	0 (N=248)	20	33.558	21.840	75	0,35	3,46	1,30
	1 (N=5)	25	98.436	79.672	291	1,04	2,18	0,27
	Significación ²	-	**	***	*	**	-	-
Alemania	0 (N=92)	105	136.491	35.935	428	0,38	7,56	2,10
	1 (N=9)	106	605.840	73.672	72	1,69	11,18	4,13
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	-
Francia	0 (N=244)	24	29.598	10.393	33	0,39	7,65	2,85
	1 (N=8)	19	34.478	13.056	18	0,45	7,11	-0,62
	Significación ²	*	*	-	-	*	-	-
Reino Unido	0 (N=65)	25	53.016	32.834	137	1,21	5,25	1,64
	1 (N=16)	27	51.635	22.516	135	1,18	4,58	1,72
	Significación ²	-	-	*	*	-	-	-
Italia	0 (N=123)	19	24.796	13.858	33	0,73	4,17	1,76
	1 (N=2)	32	28.890	17.046	33	0,85	2,07	0,80
	Significación ²	-	-	-	-	-	-	-
Portugal	0 (N=61)	22	47.901	29.603	185	1,59	3,97	1,88
	1 (N=4)	29	10.475	4.985	51	0,35	5,66	2,26
	Significación ²	-	**	-	-	**	-	-
Total UE25	0 (N=1.060)	33	45.507	21.017	104	1,18	6,02	2,05
	1 (N=75)	43	122.589	31.987	103	1,68	6,83	1,83
	Significación ²	**	***	***	**	***	-	-

¹ RE = Rentabilidad Económica (Resultado de explotación/total activo).

² Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. * Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos AMADEUS (enero, 2012).

3.4. PERFIL DEL COMPRADOR DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA ECO-ETIQUETADOS EN ESPAÑA

El perfil del comprador español de productos de la pesca y de la acuicultura, segmentándolo entre aquellos que buscan o no sellos de calidad y origen cuando van a comprar este tipo de productos, véase Tabla 22, muestran que, en promedio, el comprador español de este tipo de productos no es diferente en cuanto a sexo y edad con respecto al resto de compradores, aunque sí muestra una diferencia muy significativa en cuanto a sus estudios y renta. Asimismo, este comprador se distingue por comprar, en

promedio, más productos ecológicos y a pagar más por los productos que lleven este tipo de distintivo que les distinga, siendo esta diferencia con el resto de compradores muy significativa (nivel de significación del 0,1%).

Este resultado indica que el segmento de consumidores que adquieren productos de pesca y acuicultura eco-certificados es comercialmente muy interesante debido a que están dispuestos a buscar información sobre el producto, y por tanto, permite una diferenciación efectiva del mismo a través de sellos en el etiquetado y están dispuestos a premiar, pagando un sobreprecio, los productos que respondan a sus preferencias ecológicas.

Tabla 22. Perfil del comprador español de productos de la pesca y de la acuicultura (N = 1.476)

Comportamiento del comprador	Estadístico	Características sociodemográficas				Comportamiento compra		
		Sexo	Edad	Estudios	Renta	Comprador de productos ecológicos	Dispuesto a pagar más	Paga más por productos con eco-etiquetas
<i>No busca sellos de calidad y origen</i>	Media	1,71	2,73	2,62	1,93	2,46	3,09	3,03
	Desv. típica	0,46	0,95	0,94	0,96	1,24	1,08	1,08
<i>Sí busca sellos de calidad y origen</i>	Media	1,68	2,67	2,74	2,15	2,94	3,88	3,90
	Desv. típica	0,47	0,86	0,89	1,01	1,38	1	0,93
Significación ¹		-	-	**	***	***	***	***

¹ Significación de las diferencias en las distribuciones por el método no paramétrico de Mann-Whitney. *Significativo al 90%; **significativo al 95% y ***significativo al 99%

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta 'Valorización de la Acuicultura en España 2006' (MAPA, 2007).

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha venido desarrollando en los últimos años (2007 y 2010) monográficos acerca de los productos ecológicos. En la Tabla 23 se observa que la asociación de algún sello o logotipo a estos productos ha disminuido a lo largo de los años, pasando de un 12,7% en el año 2005 a un 11,2% en 2010. Sin embargo, si se toma únicamente a los compradores de productos ecológicos en el año 2010 el 16,1% de éstos son capaces de identificar logotipos de productos ecológicos, un porcentaje demasiado bajo para quien está habituado a adquirir este tipo de productos.

Tabla 23. Capacidad de asociar logotipos o sellos de productos ecológicos

Características demográficas		2007 <i>N = 1.200</i>	2010 <i>N = 1.000</i>
Total muestra		12,7	11,2
<i>Sexo</i>	Hombre	16,7	16
	Mujer	12	10,4
<i>Edad</i>	De 20-35 años	23,9	12
	De 36-45 años	14,8	12,3
	De 46-55 años	12,6	13,2
	De 56-65 años	6,7	9,3
	Más de 65 años	3,3	4

Fuente: Elaboración propia a partir de los Monográficos de Productos Ecológicos 2007 y 2010 del Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria (MARM, 2012).

La asociación de algún logotipo o sello a los productos ecológicos es más clara en los hombres, donde el 16% sí que identifica algún logotipo como ecológico frente al 10,4% de las mujeres en 2010. En ambos géneros el porcentaje de asociación ha disminuido respecto al año 2007. Es llamativa la disminución de la asociación de logotipos o sellos a los productos ecológicos en la franja de edad de 20-35 años, ya que el porcentaje ha caído a la mitad (del 24% al 12%) en tres años. Se observa también una bajada, aunque no tan grande, en las franjas de edad de 36 a 55 años. Sin embargo, en los segmentos más mayores de la población (de 56-65 años y más de 65 años) se puede observar un ligero incremento en los que identifican un determinado logotipo o sello con los productos ecológicos.

En relación a la consulta de los etiquetados de los productos ecológicos (véase Tabla 24), la mayoría de los individuos de la muestra consultan de igual manera el etiquetado de los productos ecológicos respecto a los convencionales (64,1% en 2007 y 62,3% en 2010). Sin embargo, ha crecido el porcentaje que consulta más los etiquetados en los productos ecológicos (27% en 2010 frente a 20,3% en 2007). Teniendo en cuenta el género, son las mujeres las que más consultan los etiquetados (27,5% en 2010 frente a 20,2% en 2007). Respecto a las franjas de edad, los hábitos de consulta del etiquetado de productos ecológicos que más se modifican son en la población de 36 a 65 años, incrementando en todas las ocasiones la consulta sobre el etiquetado. En los mayores de 65 años, llama la atención que el porcentaje que menos consulta el etiquetado de productos ecológicos respecto a productos convencionales haya pasado del 16,2% en 2007 al 35% en 2010.

En cualquier caso, tres cuartas partes de la muestra consideran suficiente la información que puede encontrar en los productos ecológicos, tanto en 2007 como en 2010.

Tabla 24. Consulta de etiquetas de productos ecológicos frente a productos convencionales (% compradores de productos ecológicos)

Características demográficas		2007 N = 769			2010 N = 523		
		Más	Igual	Menos	Más	Igual	Menos
Total muestra		20,3	64,1	15,6	27	62,3	10,7
Sexo	Hombre	20,9	62,8	16,3	24,5	63,3	12,2
	Mujer	20,2	64,4	15,5	27,5	62,1	10,4
Edad	De 20-35 años	25	58,9	16,1	25,9	54,1	20
	De 36-45 años	20,8	67,6	11,6	28,8	60,6	10,6
	De 46-55 años	18,3	63,3	18,3	29,5	65,1	5,5
	De 56-65 años	20,4	62,6	17	26,4	66,4	7,1
	Más de 65 años	10,8	73	16,2	5	60	35

Fuente: Elaboración propia a partir de los Monográficos de Productos Ecológicos 2007 y 2010 del Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria (MARM, 2012).

Las mayores solicitudes de información obedecen a la forma y zona de producción, al fabricante y a las fechas de caducidad, envasado y consumo preferente (véase Tabla 25), no vinculadas estrictamente a la sostenibilidad.

Tabla 25. Demanda de información del etiquetado (% individuos)

Cuestión	2007 N = 1.200	2010 N = 1.000
La información que encuentra en productos ecológicos es suficiente	75,6	74,6
Más información sobre la forma de producción	48,9	58,6
Más información sobre la zona de producción	13,8	39,8
Más información sobre el fabricante	21,3	31,6
Fecha de caducidad	7,4	13,5
Fecha de envasado	5,3	6
Fecha de consumo preferente	2,7	4,5
Que tenga etiqueta	1,1	2,3
Otra información	11,7	7,5

Fuente: Elaboración propia a partir de los Monográficos de Productos Ecológicos 2007 y 2010 del Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria (MARM, 2012).

4. CONCLUSIONES

La primera conclusión que se puede extraer del análisis del eco-etiquetado de las empresas de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura en España es la dificultad que tienen éstas para poder responder a las exigencias de un segmento, cada vez mayor, de consumidores cada día más concienciados con la conservación del medioambiente y la calidad de los productos alimentarios. Ello no se debe solo a la complejidad del proceso de certificación y el coste intrínseco de cada sello, sino que se deriva, en gran parte, de la variedad de opciones de certificación, asociadas a características heterogéneas de los productos y procesos, que en muchos casos no son suficientemente conocidas por los consumidores y, por tanto, limitadamente efectivas a la hora de obtener una ventaja competitiva con la diferenciación de los productos certificados.

Las opciones de las empresas del sector que desean certificar algún atributo del producto y de su proceso de transformación y comercialización, son tres:

- Incorporar un sello con certificación de primera parte, la propia empresa, o de segunda parte, la empresa comercializadora. Esta opción presenta como principales ventajas la reducción en la complejidad del proceso de certificación y, por tanto, del coste que supone implementarlo. Por el contrario, su principal desventaja es su limitado efecto diferenciador, con un reconocimiento parcial en el ámbito de influencia de la empresa (entre sus clientes) y sin un reconocimiento externo superior al de los demás distintivos comerciales propios de la marca. Además, se limita la utilización de algunos terminos, como bio o eco, en los sellos para no crear confusión en el mercado. Este tipo de sellos permite diversificar la oferta a los clientes de la empresa pero tiene una eficacia limitada en nuevos mercados. Un buen ejemplo de este tipo de sellos son las marcas colectivas.
- Incorporar un sello con certificación de tercera parte (independiente de la empresa institución, pública o privada, que emite el sello). Las opciones de certificación son muchas, incluyendo todas, en mayor o menor medida, aspectos relacionados con la calidad y seguridad del producto y la sostenibilidad de los procesos. La diferencia entre los sellos de este tipo reside en las características que priorizan en el proceso de certificación (sin que ello quiera decir que olviden el resto). Se pueden, en función de las prioridades, distinguir tres tipos de sellos:
 - Calidad unida a la localización, siendo las más importantes en la Unión Europea: *Denominación de Origen Protegida (DOP)*, *Indicación Geográfica Protegida (IGP)* y *Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)*; en las Comunidades Autónomas, las Denominaciones de Calidad, Marcas de Calidad, Marcas de Garantía, Marcas "Q", etc.,
 - Aspectos sociales y éticos, como por ejemplo la Certificación de Comercio Justo (*Fairtrade Certification Mark*).
 - Medioambiente y sostenibilidad. Destacando los sellos internacionales promovidos por instituciones en el sector de la pesca y acuicultura, la etiqueta *Marine Stewardship Council (MSC)*, la iniciativa *Dolphin-Safe*, la iniciativa del Consejo de Administración de la Acuicultura (*Aquaculture Stewardship Council, ASC*), o el programa de la Alianza Mundial de Acuicultura (*Global Aquaculture Alliance, GAA*). En los emitidos por el sector público destaca el sello orgánico/ecológico de la Unión Europea.

- Obtener certificaciones que no se transmiten directamente al consumidor y que tienen por finalidad garantizar ciertas características del producto o proceso entre las empresas (*business to business*, B2B), siendo el comercializador quien garantiza al consumidor final la incorporación de los atributos certificados a los productos. En este caso, las empresas de la cadena de valor del producto asumen los valores (podría decirse de forma delegada) de los consumidores y la sociedad. Los mejores ejemplos son *GlobalG.A.P*, *Global Food Standard del British Retail Consortium (BRC)* e *International Food Standard (IFS)*.

Dentro de este tipo de certificaciones se debe considerar también las procedentes de la *International Organization for Standardization (ISO)*, tanto de calidad como medioambientales (ISO 14020) aunque estas últimas aún no han sido desarrolladas para el sector agroalimentario.

El eco-etiquetado es, pues, una de las opciones de certificación y diferenciación de los productos agroalimentarios en la que una institución, privada o pública, emite un sello con prioridad en los aspectos medioambientales además de, en mayor o menor medida según del sello de que se trate, otros atributos del producto y procesos, generalmente vinculados a la calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria, certificada por una tercera parte independiente. No puede obtenerse un eco-etiquetado con sistemas de certificación de primera o segunda parte a no ser que los productos tengan una eco-certificación previa, es el caso del sello ECO-BIO de Carrefour que añade a los productos ecológicos/orgánicos que comercializa.

La situación actual y el efecto del eco-etiquetado en el mercado, empresas y consumidores, de los productos de la pesca y la acuicultura en España se pueden sintetizar de la siguiente forma:

- En las **empresas** de la cadena de valor de estos productos, la implantación del eco-etiquetado en España es baja, tanto de los sellos públicos, que no alcanza el 1% de las explotaciones y es del 3,3% en las industrias, como de los sellos privados, que es de un 1,4% de las sociedades mercantiles de la cadena de valor de la pesca y la acuicultura con datos en la base SABI, porcentaje que asciende a un 8,6% cuando se trata de las empresas de mayor dimensión registradas en la base AMADEUS.

La actividad de estas empresas eco-certificadas del sector se concentra en España en la transformación, siendo testimonial su presencia en las empresas productoras y de restauración, ofertando principalmente productos presentados en lata o tarro (conservados en aceite) y productos congelados.

Por lo que se refiere a las características de las empresas eco-certificadas en España, destacar que son las más consolidadas, significativamente más antiguas y grandes, cuyo objetivo es ganar cuota de mercado, que también presenta una diferencia significativa, sin que incida directamente en su resultado económico. Esta estrategia competitiva en la utilización de las eco-etiquetas coincide con la seguida en otros países de la Unión Europea como Italia, y es similar a la de Alemania y Francia aunque, en estos últimos, las empresas no sean significativamente más antiguas. En otros países como Portugal se utiliza más como diferenciación del producto asociado a la oferta a un segmento de consumidores que permite obtener mayores márgenes y mejores resultados. Únicamente el Reino Unido, país con fuerte

implantación de los productos eco-etiquetados y de las cadenas de distribución que exigen certificación IFS/BRC, las empresas eco-certificadas no presentan ninguna diferencia significativa con respecto a las demás.

- Las características de los **consumidores** de productos eco-etiquetados en España muestran que forman un segmento del mercado de renta y formación significativamente mayor, que declaran buscar información sobre este tipo de productos y están dispuestos a pagar un sobreprecio por ellos, conformando un segmento de alto valor estratégico para las empresas del sector. Sin embargo, probablemente debido a la proliferación de sellos, es un consumidor cada vez menos seguro de ser capaz de interpretar correctamente la información que recibe, reduciéndose el porcentaje de consumidores que identifican algún sello en los productos de pesca y acuicultura en el periodo 2005-2010 y dando como resultado que tan solo el 16% de los que se declaran consumidores de productos ecológicos es capaz de identificar algún sello de esta naturaleza.

La implantación del eco-etiquetado en el mercado español es baja y evoluciona lentamente a pesar del atractivo del segmento de consumidores que lo demanda. Esta situación, que puede parecer extraña, responde a una lógica que tiene su origen en la proliferación de sellos en el mercado agroalimentario. Por una parte, las empresas no se lanzan a ofertar estos productos por el bajo reconocimiento de los consumidores que condiciona la efectividad de la ventaja competitiva que supone ofertar productos eco-etiquetados y dificulta la rentabilización del proceso de certificación, siendo únicamente las grandes empresas quienes se posicionan en este segmento. Y, por otra, los consumidores reciben una gran cantidad de información de la que los productos eco-etiquetados es una parte minoritaria debido a la escasa oferta. El resultado conjunto de la situación de las empresas y los consumidores es la ralentización de la incorporación de productos eco-etiquetados al mercado Español.

Únicamente el esfuerzo conjunto de empresas, instituciones reguladoras y consumidores podría incrementar el ritmo de este proceso, especialmente si hubiese una coordinación entre las distintas eco-certificaciones que simplificase el proceso de reconocimiento de este tipo de productos por parte de los consumidores y contase con el apoyo, mediante sistemas *business to business*, de las empresas de la cadena de valor.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Deere, C.L.** 1999. *Eco-labelling and Sustainable Fisheries*, IUCN: Washington, D.C. and FAO: Rome.
- European Commission.** 2011. “A common standard for European organic aquaculture”, *Fisheries and Aquaculture in Europe*, no. 50, February, p. 11.
- Gardiner, P.R. y Viswanathan, K.K.** 2004. “Ecolabelling and Fisheries Management”, *WorldFish Center Studies and Reviews* 27, 44.
- Garza Gil, M.D. y Vázquez Rodríguez, M.X.** 2007. “Preferencias de los consumidores españoles por productos pesqueros ecoetiquetados”, *Principios* n° 8, pp. 23-37.
- Global Food Safety Initiative.** 2011. *Benefits of Third Party Certification*.
- Global Food Safety Initiative.** 2011. *Enhancing Food Safety Through Third Party Certification*.
- IFOAM EU Group y CIHEAM-IAM Bari (2010):** *Organic Aquaculture*, Brussels.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.** 2008. *Guía para la Aplicación de Sistemas de Certificación de la Producción Ecológica en el Sector Acuícola*, Madrid.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino** 2009. *Estadísticas 2009 Agricultura Ecológica –España–*, Madrid.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.** 2010a. *Estadísticas 2010 Agricultura Ecológica –España–*, Madrid.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.** 2010b. *Valor y volumen de los productos ecológicos de origen nacional en la industria agroalimentaria española*, Madrid.
- NORA, Norden y Fiskifélag Islands.** 2005. *Ecolabel for Marine Captured Fish. A Nordic Fisheries Initiative*.
- Sainsbury, K.** 2008. *Review of Guidelines for Ecolabelling of Fish and Products from Capture Fisheries, and Recommended Minimum Substantive Requirements. Report for the Expert Consultation on Ecolabelling Guidelines for Fish and Fishery Products*, FAO, Roma.
- Sainsbury, K.** 2010. “Review of ecolabelling schemes for fish and fishery products from capture fisheries”, FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper 533, Rome.
- UICN.** 2010. *Guía para el Desarrollo Sostenible de la Acuicultura Mediterránea 3. Acuicultura: Prácticas Responsables y Certificación*. Gland, Suiza y Málaga, España: UICN. 78 páginas.
- Washington, S. y Ababouch, L.** 2011. “Private standards and certification in fisheries and aquaculture. Current practice and emerging issues”, FAO Fisheries Technical Paper 553, Rome.
- Wessells, C.R., Cochrane, K., Deere, C., Wallis, P. y Willmann, R.** 2001. “Product certification and ecolabelling for fisheries sustainability”, FAO Fisheries Technical Paper 422, Rome.

Direcciones web

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality>

<http://www.alaskaseafood.org>

<http://www.earthinstitute.org/dolphinSafeTuna>

<http://www.ecolabelindex.com>

<http://www.fao.org>

<http://www.friendofthesea.org>

<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca>

<http://www.magrama.gob.es>

<http://www.msc.org>

<http://www.mygfsi.com>

<http://www.responsiblefisheries.is>

ANEXO I

Empresas españolas de pesca y acuicultura con eco-etiquetas privadas MSC, Dolphin-Safe o FOS

Origen	Núm.	Empresa	MSC	Dolphin-Safe	FOS
Pesca	1	Actemsa		X	
	2	Added Value Tuna Services, S.L.	X		
	3	Albacora, S.A.		X	
	4	Alfonso García López		X	
	5	Alimentos Arosa, S.A.		X	
	6	Antonio Alonso, S.A.		X	
	7	Atuneros Vascos, S.A.		X	X
	8	Atunes del Maresme, S.L.	X		
	9	Atunes y Lomos			X
	10	Atunsa, S.A.		X	
	11	Bernardo Alfageme, S.A.		X	
	12	Centro Frigorífico Conservero, S.A.		X	
	13	Comercial Pernas, S.L.	X		X
	14	Compañía Internacional de Pesca y Derivados, S.A. (INPESCA)			X
	15	Conservas Agromar, S.A.			X
	16	Conservas Antonio Pérez Lafuente	X	X	
	17	Conservas Arroyabe, S.A.		X	
	18	Conservas Busto, S.A.		X	
	19	Conservas Cerqueira, S.A.		X	
	20	Conservas Cortizo, S.A.		X	
	21	Conservas Cusumano, S.A.	X	X	
	22	Conservas Dardo, S.L.		X	
	23	Conservas de Cambados		X	
	24	Conservas del Noroeste, S.A.	X	X	
	25	Conservas Gonzalez Barrio, S.A.		X	
	26	Conservas Isabel de Galicia, S.L.	X	X	
	27	Conservas La Gaviota, S.L.	X	X	
	28	Conservas Lolín		X	
	29	Conservas Ortiz, S.A.		X	
	30	Conservas Hijos de Ramón Peña, S.A.		X	
	31	Conservas Remo, S.A.		X	
	32	Conservas Zallo, S.A.		X	
	33	Conservera Barbatena de Pescado Fresco, S.L.		X	
	34	Conserveras Selectas Mar de Couso		X	
	35	Conservas Dentici, S.L.		X	
	36	Consorcio Español Conservero, S.A.	X	X	
	37	Copemar S.A.	X		
	38	Conservas Costas y Miñan, S.L.		X	
	39	Echebaster Fleet, S.L.		X	
	40	Escuris, S.A.	X	X	
	41	Eurocaviar S.A.	X		
	42	Freiremar S.A.	X		
	43	Frinsa del Noroeste	X	X	X
	44	Frio Puerto	X		

Cont.

Origen	Núm.	Empresa	MSC	Dolphin-Safe	FOS
Pesca	45	Frío Unión, S.L.	X		
	46	Friscos		X	
	47	Garavilla, S.A.		X	
	48	Calvo Conservas		X	
	49	Hartswater Limited		X	
	50	Hermanos Echevarría Idoeta, S.A.		X	
	51	Herrero Marinesca Conservas, S.L.		X	
	52	Hijos de Carlos Albo, S.A.		X	
	53	Hijos de José Serrats, S.A.	X	X	
	54	Ibérica de Congelados, S.A.	X		
	55	Ignacio Gonzalez Montes, S.A.		X	
	56	Indian Ocean Trading Co.		X	
	57	Industria del Frío Auxiliar Conservera, S.A (INFRISA)	X		
	58	Industrias Cerdeimar, S.L.		X	
	59	Jealsa Rianxeira, S.A.	X	X	X
	60	Justo Lopez Valcarcel, S.A.		X	
	61	Lumar Natural Seafood	X		X
	62	Marfrio S.A.	X		
	63	Marino Martinez De Luco (Mar-mar), S.L.	X	X	
	64	Medatlantic		X	
	65	Naturex Spain S.L.	X		
	66	Orbe, S.A.	X	X	
	67	Panafrío Española, S.A.		X	
	68	Pescados Durpemar, S.L.	X		
	69	Pescaviar S.L.	X		
	70	Pesqueria Vasco Montañesa, S.A. (PEVASA)		X	X
	71	Peveache, S.A.		X	
	72	Pita Hermanos, S.A.		X	
	73	Rodríguez Pascual y Cia, S.L.		X	
	74	Salica Industria Alimentaria S.A.	X		
	75	Salica, S.A.	X	X	
	76	Seabreeze Ventures			X
	77	Sistemas Britor, S.L.	X		
	78	Sucesores de Conservas Revuelta Hnos., S.L.	X		
	79	Thenaise Provote		X	
80	Tri-Ocean Trade, Ltd.		X		
81	Tunidos Congelados, S.A.		X		
82	Vensy España, S.A.	X			
83	Yurrita e Hijos, S.A.	X			
84	Zizzo Billante Hnos., S.A.		X		
85	Caviar Nacarii S.L.			X	
Acuicul-tura	86	Culmarex			X
	87	Mariscos Linamar			X
	88	Piscifactoría de Sierra Nevada, S.L.			X
	89	Stolt Sea Farm			X
TOTAL	33	62	13		

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council, Earth Island Institute y Friend of the Sea (enero, 2012).

ANEXO II

Distribución por países de las empresas de la cadena de valor de los productos de pesca y acuicultura con eco-etiquetas privadas MSC, *Dolphin-Safe* o FOS

País	MSC		Dolphin-Safe		Friend of the Sea*	
	N	%	N	%	N	%
Francia	220	4	9	1,5	9	5
España	33	0,6	62	10,2	13	7,2
Reino Unido	724	13,3	19	3,1	21	11,7
Italia	5	0,1	16	2,6	14	7,8
Alemania	1.238	22,7	78	12,8	4	2,2
Holanda	304	5,6	3	0,5	4	2,2
Bélgica	29	0,5	0	0	1	0,6
Austria	41	0,8	0	0	0	0
Dinamarca	124	2,3	1	0,2	3	1,7
Noruega	122	2,2	1	0,2	13	7,2
Polonia	38	0,7	0	0	1	0,6
Portugal	47	0,9	7	1,1	2	1,1
Suecia	156	2,9	2	0,3	1	0,6
Finlandia	6	0,1	2	0,3	2	1,1
Suiza	42	0,8	18	3	9	5
Irlanda	18	0,3	0	0	2	1,1
Islandia	13	0,2	0	0	1	0,6
Grecia	0	0	0	0	1	0,6
Rusia	3	0,1	0	0	0	0
Australia	18	0,3	11	1,8	4	2,2
Canadá	161	3	5	0,8	2	1,1
China	258	4,7	23	3,8	0	0
Estados Unidos	1.065	19,6	42	6,9	6	3,3
Indonesia	1	0	32	5,2	2	1,1
India	2	0	7	1,1	2	1,1
Perú	2	0	1	0,2	2	1,1
Japón	574	10,5	15	2,5	0	0
Filipinas	0	0	39	6,4	8	4,4
Vietnam	6	0,1	13	2,1	6	3,3
Chile	3	0,1	2	0,3	6	3,3
Total mundial	5.445	100	610	100	180	100

* Pesca + acuicultura

Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por Marine Stewardship Council, Earth Island Institute y Friend of the Sea (enero, 2012).



GLOBEFISH MARKET RESEARCH PROGRAMME

Vol 85	Supermarkets and the Artisanal Fisheries Sector in Latin America (79P.)	APR 2006	€30
Vol 86	Markets and Marketing of Aquaculture Finfish in Europe (50P.)	AUG 2006	€30
Vol 87	Lobster Markets (92P.)	OCT 2006	€30
Vol 88	Republic of Korea - Fishery Industry Profile (72P.)	NOV 2006	€30
Vol 89	World Surimi Market (125P.)	NOV 2006	€30
Vol 90	Market Penetration of Developing Country Seafood Products (57P.)	APR 2008	€30
Vol 91	Ecolabels and Marine Capture Fisheries (52P.)	APR 2008	€30
Vol 92	The Seafood market in Italy (59P.)	APR 2008	€30
Vol 93	Global Production and Marketing of Canned Tuna (44P.)	APR 2008	€30
Vol 94	World Octopus Markets (65P.)	JUL 2008	€30
Vol 95	The Seafood market in Southern EU: Cyprus, Malta and Slovenia (46P.)	JUL 2008	€30
Vol 96	The Seafood market in Spain (59P.)	NOV 2008	€30
Vol 97	Private standards in fisheries and aquaculture (64P.)	APR 2009	€30
Vol 98	The Seafood market in Greece (33P.)	MAR 2010	€30
Vol 99	VietNam Seafood from waterland (124P.)	MAR 2010	€30
Vol 100	Importance of APEC in world fisheries and aquaculture (34P.)	MAR 2010	€30
Vol 101	Markets for Tilapia (37P.)	JUN 2010	€30
Vol 102	The Ornamental Fish Trade (134P.)	NOV 2010	€40
Vol 103	Turbot - Production Technology and Markets (31P.)	FEB 2011	€30
Vol 104	The French market for seafood (48P.)	AUG 2011	€30
Vol 105	The European market for shrimp: Trade interactions in the import of warmwater and coldwater shrimp to the main European shrimp markets (39P.)	AUG 2012	€30
Vol 106	El mercado de productos pesqueros en España: Efectos de la crisis en la producción y el consumo (73P.)	AUG 2012	€30
Vol 107	El eco-etiquetado de productos pesqueros en España (56P.)	SEP 2012	€30

ORDER FORM

COPIES ARE AVAILABLE FROM:

FAO - GLOBEFISH - Fisheries and Aquaculture Policy and Economics Division

Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italy

Tel: (39-06) 570 52692 - Fax: (39-06) 570 53020 - Email: GLOBEFISH_PUB@fao.org - http://www.globefish.org

20% DISCOUNT IS OFFERED IF YOU ORDER TWO OR MORE COPIES

I would like to order _____ copy(ies) of the following GRPs _____ € _____

By bank cheque/draft in € _____ payable to GLOBEFISH (see address above)

By credit card:

Card No: _____

Visa

Mastercard

Expiry date: _____

Signature: _____

Bank transfer to: FAO Trust Fund (EUR), HSBC Bank Plc, 8 Canada Square, London E14 5HQ, UK

A/C No: 67115083 (Swift Code MIDLGB22) - IBAN GB04MIDL40051567115083, referencing GLOBEFISH

Name: _____

Company: _____

Street Address: _____

City and Postcode: _____

Country: _____

Tel: _____ Fax: _____

E-mail: _____



GLOBEFISH

Food and Agriculture Organization of the United Nations
Products, Trade and Marketing Service
Viale delle Terme di Caracalla
00153 Rome, Italy
Tel.: +39 06 5705 4744
Fax: +39 06 5705 3020
www.globefish.org