

MENSACIVICA

JORNADAS GANADERÍA Y PESCA SOSTENIBLE EN LA RESTAURACIÓN COLECTIVA

Aula Magna Paraninfo de la Universidad de Zaragoza

Zaragoza, 4-5 de diciembre 2014

El eco-etiquetado (*ecolabeling*) de productos pesqueros y acuícolas

Dr. José Luis Fernández Sánchez*

*Profesor del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria (UC). Investigador del grupo de investigación "Gestión Económica para el Desarrollo Sostenible del Sector Primario" (IDES) de la UC. E-mail: fernandezjl@unican.es



¿Qué es una certificación medioambiental?

- La certificación es un procedimiento por el cual una institución garantiza que un producto o proceso cumple con los requisitos especificados (un conjunto estándar).
- Las etiquetas o sellos son el resultado de una certificación, aunque no todos los certificados tienen una etiqueta.
- Una etiqueta medioambiental (verde o ecológica) muestra que un producto o proceso es menos perjudicial para el medio ambiente o para los consumidores que otros productos o procesos similares.

Proporcionan información adicional a los consumidores que les permiten elegir productos que se adecuen a sus valores.

¿Quién controla que la información proporcionada por las empresas es creíble?

¿Qué es una certificación medioambiental?

Ejemplo de valores que incorporan los productos:

- Son respetuosos con el medio natural
- No perjudican a otras especies
- Utilizan menos energía o agua
- Contienen menos ingredientes contaminantes
- No contienen productos que pongan en peligro la salud
- Están hechos a partir de materiales reciclados
- Contribuyen a que las personas en los países en desarrollo sean tratadas justamente

Los valores son muy variados lo que propicia la aparición de muchas certificaciones.

¿Qué es una certificación medioambiental?

- Las etiquetas ecológicas de productos de la pesca y la acuicultura son los certificados otorgados a productos que se han obtenido generando el **menor impacto posible** en los ecosistemas marinos (Deere, 1999;. Wessells et al, 2001; Gardiner y Viswanathan, 2004; Garza y Vázquez, 2007).
- En la industria de la pesca y la acuicultura esta tendencia hacia los productos medioambientalmente responsables **ha motivado la aparición de organizaciones que han desarrollado un conjunto de normas** con el fin de certificar las pesquerías o productos que han sido capturados o producidos de forma sostenible, mostrando al consumidor una etiqueta o sello que identifica la certificación (Gardiner y Viswanathan, 2004).
- *Marine Stewardship Council (MSC), Earth Island Institute (Dolphin-Safe), Naturland, Global Aquaculture Alliance (BAP) o Friend of the Sea (FOS)* son algunas de las organizaciones que, a través de sus propios programas o planes, certifican pesquerías y productos de la pesca y de la acuicultura.

¿Cuáles son los beneficios y las desventajas de la certificación?

Beneficios

- Permitir a los consumidores **identificar** fácilmente los productos ecológicos en el mercado, reduciendo las asimetrías de información y los costos de transacción.
- La certificación medioambiental proporciona una señal a las partes interesadas externas que puede mejorar la **imagen corporativa** de las empresas aumentando su reputación (McDonalds y MSC).
- Es una **herramienta de marketing** para la diferenciación de productos y la segmentación de clientes. Por lo tanto, el producto tendrá un atributo de valor que diferencia a la empresa del resto, consiguiendo un beneficio o un mayor precio por sus productos o servicios.
- En algunos casos, sirve como una **barrera de entrada** al mercado para los competidores actuales y potenciales (espacio en estanterías de las tiendas, las importaciones ...) que no pueden cumplir las normas establecidas, y, en otros casos, permite la entrada en nuevos mercados rentables (alimentos orgánicos).



¿Cuáles son los beneficios y las desventajas de la certificación?

Desventajas

- Las certificaciones medioambientales tienen **costos** administrativos y de gestión (antes, durante y después de la primera auditoría).
- La certificación medioambiental requiere la estandarización de los procesos para permitir su certificación lo que supone un **esfuerzo organizativo** alto en el etapa de implantación. Esta desventaja a largo plazo puede suponer una ventaja en la medida en que clarifica la organización y sus procesos reduciendo el riesgo en la gestión.
- La eficacia de las certificaciones difiere por productos, mercado y canales de distribución lo que obliga a las empresas a emprender en ocasiones varios procesos de certificación que **no están homogeneizados** (en la práctica duplicación de auditorías, costes y trámites).

Empresas utilizando ecoetiquetas para productos pesqueros y acuícolas¹

PAÍSES		MSC			Dolphin-Safe			Friend of the Sea [*]		
		Rk. ³	N	%	Rk. ³	N	%	Rk. ³	N	%
Unión Europea ²	España	16	33	0,6	2	62	10,2	4	13	7,2
	Alemania	1	1.238	23,0	1	78	12,8	13	4	2,2
	Francia	7	220	4,1	20	9	1,5	7	9	5,0
	UK	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 Mean	-	2.999	55,8	-	200	32,9	-	80	44,4
Resto del mundo	USA	2	1.065	19,8	4	42	6,9	9	6	3,3
	Japon	4	574	10,7	11	15	2,5	44	0	0,0
	China	6	258	4,8	7	23	3,8	43	0	0,0
	Indonesia	45	1	0,0	6	32	5,2	19	2	1,1
	Canada	8	161	3,0	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	44,2	-	407	67,1	-	100	55,6
Total Media		-	5.375	100,0	-	607	100,0	-	180	100,0
			58,4			6,6			2,0	

¹Hay empresas trabajando en diferentes países con el mismo nombre y empresas que pueden tener diferentes ecolabels. ²EU-25. ³Posición en el Ranking. *Pesca + acuicultura.

Fuente: Luna Sotorrió et al. (2012). *El eco-etiquetado de productos pesqueros en España*. Globefish Research Programme, FAO, Rome.

Empresas utilizando ecolabels según la actividad

Actividad*	MSC				Dolphin-Safe			
	World		Spain		World		Spain	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Producción	64	1.1	2	5.1	43	6.2	4	6.0
Procesado	3,130	54.2	29	74.4	332	47.6	58	86.6
Mayorista	739	12.8	8	20.5	314	45.1	5	7.5
Detallista	1,840	31.9	0	0.0	8	1.1	0	0.0
Total	5,773	100.0	39	100.0	697	100.0	67	100.0

*Algunas empresas con un ecolabel pueden desarrollar diferentes actividades

Fuente: Luna Sotorrío et al. (2012). *El eco-etiquetado de productos pesqueros en España*. Globefish Research Programme, FAO, Rome.

Número de productos vendidos con MSC*

PAÍSES		Marcas			Referencia del producto		
		Rk. ¹	N	%	Rk. ¹	N	%
Unión Europea ²	España	13	38	2,4	15	125	1,4
	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
	UK	5	87	5,5	3	624	6,8
	Total Media	-	1.149 46	72,5	-	7.069 282,8	77,5
Resto del mundo	Australia	19	19	1,2	16	125	1,4
	Canada	10	68	4,3	11	296	3,2
	China	37	3	0,2	39	9	0,1
	USA	2	122	7,7	5	536	5,9
	Indonesia	-	0	0	-	0	0
	Japon	18	21	1,3	12	228	2,5
	Total Media	-	436 8,7	27,5	-	2.051 41	22,5
Total Media		-	1.585 21,1	100	-	9.120 121,6	100

*Una marca o referencia específica puede estar presente en diferentes países. ¹Ranking position. ² Países de la EU25.

Fuente: Luna Sotorrió et al. (2012). *El eco-etiquetado de productos pesqueros en España*. Globefish Research Programme, FAO, Rome.

Acuicultura orgánica vs. Acuicultura convencional. España (2008)

Concepto	Convencional	%	Organic	%	Total
Número de granjas	5,295	99.96	2	0.04	5,297
Producción (Tns.)	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 medio pagado en origen (€/Kg)	1.63	-	10	-	-

Evolución de la acuicultura orgánica en España

Concepto	2009	%	2010	%	% var.
Número de granjas	3	0.07	5	0.1	66.7
Número de peces	409,961	-	1,133,421	-	176.5
Número de industrias	10	1.76	19	3.34	90

Fuente: Luna Sotorrío et al. (2012). *El eco-etiquetado de productos pesqueros en España*. Globefish Research Programme, FAO, Rome.

¿Qué certificación elegir?

- Certificación de productos o sistemas de gestión
- Certificación para la producción o procesamiento
- Sistemas obligatorios o voluntarios
- Sistemas públicos o privados
- Sistemas con o sin vínculo geográfico



Certificaciones de producto para los productos de la pesca y de la acuicultura en España (2012)

GESTIÓN Y CONTROL DE LA CERTIFICACIÓN		TIPO DE CERTIFICACIÓN		
		Orientación al consumidor (B2C)		Orientación empresa (B2B)
		<i>Ecolabels</i>	<i>Etiquetas de calidad</i>	
Administración Pública		Organica	<u>Marcas de calidad diferenciada:</u> Denominación de Origen Protegida DOP (Mejillón de Galicia) Indicación de Origen Protegida IGP (Caballa de Andalucía, Melva de Andalucía) Especialidad Tradicional Garantizada ETG <u>Marcas de calidad garantizada:</u> Eusko Label (Bonito del Norte y Atún Rojo) Pesca de Rías	
Instituciones Privadas	<i>ONGs</i>	MSC Dolphin-Safe Friend of the Sea		
	<i>Mayoristas y Detallistas</i>	Carrefour ECO-Bio	Eroski NATUR Carrefour Selección (Natural)	GlobalG.A.P. BRC IFS
	<i>Productores</i>		<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	

Capacidad para reconocer etiquetas de productos ecológicos

		2007 N = 1,200	2010 N = 1,000
Muestra completa		12.7%	11.2%
Sexo	Hombre	16.7%	16.0%
	Mujer	12%	10.4%
Edad	20-35 años	23.9%	12.0%
	36-45 años	14.8%	12.3%
	46-55 años	12.6%	13.2%
	56-65 años	6.7%	9.3%
	Más 65 años	3.3%	4%

Fuente: Luna Sotorrío et al. (2012). *El eco-etiquetado de productos pesqueros en España*. Globefish Research Programme, FAO, Rome.

Consumo de productos ecoetiquetados

- Los resultados estadísticos obtenidos en diversas encuestas de consumo muestran que el perfil del consumidor español de productos medioambientalmente responsables corresponde principalmente a un consumidor con alta conciencia social, mediana edad (entre 30 y 50 años), con educación media-alta y con alto poder adquisitivo.
- Sin embargo, estos consumidores todavía ocupan un pequeño nicho de mercado (entre el 8%-10%), a pesar de que está creciendo muy rápidamente. En algunos países europeos (Alemania, RU, etc...) o en el mercado de Estados Unidos es mayor.
- En España, las ventas de productos orgánicos o alimentos medioambientalmente responsables se centran en la gran distribución (hipermercados o grandes superficies: Carrefour, Eroski, Hipercor, Lidl...). Poca presencia en otros canales de distribución.

Investigación en IDES sobre certificación social/medioambiental



- 2012 *El eco-etiquetado de productos de la pesca y de la acuicultura en España*. GlobeFish Research Programme (FAO). Volumen 107.
- 2013 “El etiquetado social y su efecto sobre la competitividad empresarial: Análisis del sello ‘made in Green’”. *Economía Industrial* núm. 390, pág. 157-170.
- 2014 “Implantación del ecoetiquetado en productos pesqueros y acuícolas en España y su efecto sobre el desempeño empresarial”. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros* núm. 238, pág. 13-36.

MENSACIVICA

JORNADAS GANADERÍA Y PESCA SOSTENIBLE EN LA RESTAURACIÓN COLECTIVA

Aula Magna Paraninfo de la Universidad de Zaragoza

Zaragoza, 4-5 de diciembre 2014

El eco-etiquetado (*ecolabeling*) de productos pesqueros y acuícolas

***Gracias por su
atención***

Dr. José Luis Fernández Sánchez*

* Profesor del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria (UC). Investigador del grupo de investigación "Gestión Económica para el Desarrollo Sostenible del Sector Primario" (IDES) de la UC. E-mail: fernandezjl@unican.es

