

Sinopsis para minoristas y servicios de alimentación



* Los alimentos azules incluyen algas, plantas y animales acuáticos criados y capturados tanto en agua dulce como en entornos marinos.

Los alimentos azules* ofrecen una infinidad de oportunidades para que las empresas minoristas y de servicios de alimentación puedan satisfacer el interés del consumidor por alimentos más saludables producidos con un sólido compromiso medioambiental y social.

Esas empresas pueden desarrollar y promover diversos productos azules, facilitar un sustento justo para millones de personas y ayudar a crear entornos que ofrezcan opciones alimentarias saludables y sostenibles.



Datos básicos y conclusiones

1. **En general, los alimentos azules dejan menos huella ambiental que muchos alimentos derivados de animales terrestres, y existen muchas oportunidades para mejorar su rendimiento.**

La acuicultura alimentada de especies que se crían habitualmente – carpa, trucha, salmón, bagre, tilapia – deja la misma huella ambiental que el pollo, la fuente de proteína animal de origen terrestre más eficiente.

Los productores pueden reducir su huella ambiental con la mejora de sus prácticas. Con la reducción del uso de piensos y cambiando a alimentos que no provoquen deforestación, por ejemplo, se pueden reducir a la mitad las emisiones de CO₂ de la acuicultura.

Dadas las enormes diferencias entre sistemas, el cambio a especies con menor impacto también puede aportar grandes ganancias. La acuicultura no alimentada – de bivalvos y algas – produce muy pocas emisiones y puede mejorar la calidad del agua. Las emisiones de CO₂ asociadas a la pesca de arenques constituyen una cuarta parte de las emisiones derivadas de la pesca de lenguado.

2. **La mayoría de alimentos azules contienen muchas proteínas y otros nutrientes esenciales, como vitamina A, vitamina B-12, calcio, yodo, hierro, zinc y ácidos grasos omega-3.**

Muchos aportan una concentración de esos nutrientes mayor que el pollo, la ternera o el cerdo. De modo que los alimentos azules pueden desempeñar un papel esencial para que las personas obtengan los nutrientes que

necesitan y reducir la incidencia de las enfermedades relacionadas con la dieta. Pero no todos los alimentos azules son iguales. Los peces pelágicos pequeños, por ejemplo, aportan aproximadamente ocho veces más hierro, cinco veces más ácidos grasos omega-3 y cuatro veces más vitamina B-12 que la tilapia. De modo que es muy importante vender el pescado correcto. Los alimentos azules también complementan y mejoran la ingesta de nutrientes vegetales, y hacen que una comida bien equilibrada sea especialmente nutritiva.

3. **Los actores independientes de pequeña escala son el motor de los sistemas de alimentación azul, pero los responsables políticos y los mercados suelen ignorarlos.**

La producción de pequeña escala constituye un 90 por ciento de los puestos de trabajo de la pesca y dos terceras partes de los alimentos azules consumidos, lo que contribuye a la economía y la salud locales. Los actores de pequeña escala son muy diversos, tanto en lo que se refiere a sus activos y capacidades como a su grado de especialización y los retos a que se enfrentan.

4. **Igual que en otros sectores, en el sector de la alimentación azul hay grandes desigualdades.**

A lo largo de la cadena de valor de los alimentos azules trabajan casi el mismo número de hombres que de mujeres, pero su influencia, su voz y su acceso a los beneficios suele ser desigual.

En algunas pesquerías todavía existe el trabajo forzoso. Los responsables políticos y la industria suelen perjudicar o ignorar las prácticas, el reconocimiento y los derechos de los pueblos indígenas y los pescadores de pequeña escala tradicionales.



Recomendaciones

Todos los actores – gobiernos, sector privado y sociedad civil – tienen una función que desempeñar en múltiples niveles que abarcan desde las iniciativas locales hasta los acuerdos internacionales. El sector de los servicios alimentarios y minoristas podría tener en cuenta las siguientes acciones para aprovechar el potencial de los alimentos azules:

1. Adoptar una visión ambiciosa de la responsabilidad social y medioambiental.

Los alimentos azules ofrecen un gran potencial para satisfacer la demanda de los consumidores y los ciudadanos de productos alimentarios que mejoren la salud y avancen hacia la sostenibilidad medioambiental y social. Los compromisos con la sostenibilidad medioambiental pueden impulsar el progreso, por una parte, exigiendo mejores prácticas en la producción y, por otra parte, cambiando el consumo hacia especies con menor impacto. El compromiso con la sostenibilidad social debería abarcar los derechos humanos y apoyar a los diversos productores de pequeña escala que son el motor del sistema.

2. Abarcar toda la diversidad de alimentos azules.

Si se suministra una diversidad de alimentos azules, se ofrece una mejor nutrición a los consumidores, se apoya a los actores de pequeña escala y se mejora la resiliencia de los sistemas alimentarios. Las empresas pueden ofrecer una amplia gama de alimentos azules con diferentes perfiles nutricionales, comprados a productores diversos.

3. Crear entornos alimentarios que animen a los consumidores a elegir opciones más nutritivas y sostenibles.

Implicar a los consumidores en el punto de venta ofrece una oportunidad única de mejorar su conocimiento de las opciones y oportunidades que ofrecen los alimentos azules para elegir de forma más sana y sostenible. Las normas de certificación ofrecen visibilidad y garantía de sostenibilidad en las cadenas de suministro. Las empresas pueden ofrecer especies que tengan menor impacto ambiental y más ricas en nutrientes, como los mejillones y el arenque, y abastecerse a partir de productores que utilicen artes de pesca y sistemas de producción con un menor impacto. Las tiendas y restaurantes también pueden influir en una mejor elección por parte de los consumidores si cuentan con más opciones en sus estantes o en sus menús, incorporando etiquetado sobre nutrición y sostenibilidad y decidiendo no vender los productos más perjudiciales.

4. Desarrollar nuevos productos

Muchas dietas no incluyen los alimentos azules más sanos y más sostenibles. Si se innova en el procesado y la preparación de modo que esas opciones sean más atractivas y convenientes, se puede incrementar el consumo. En algunos lugares, con la recuperación de tradiciones locales perdidas se pueden reintroducir alimentos sanos con una fuerte importancia cultural.

5. Aumentar el abastecimiento de productores de pequeña escala.

Si se abastecen en pesquerías de pequeña escala y acuicultura, los actores de los servicios de alimentación y minoristas tienen la oportunidad de adaptar su abastecimiento al interés del consumidor por productos más justos, sostenibles y con tradición. Los minoristas se pueden abastecer en las pequeñas embarcaciones que pescan en aguas locales y explicarlo a sus clientes. Pueden trabajar en grupos, o ayudar a crear grupos que reúnan a pescadores y acuicultores en cooperativas. A fin de capacitar a los diversos proveedores para satisfacer la demanda del mercado de alimentos azules sostenibles y nutritivos, pueden usar políticas de abastecimiento y condiciones de contratación que apoyen el desarrollo de las habilidades, el conocimiento, los derechos y los recursos necesarios.

6. Trabajar con socios para ayudar a transformar el sector y las políticas por las que se rige.

Si trabajan con la sociedad civil, la Administración y los socios de la cadena de valor, las empresas minoristas y de servicios para la alimentación pueden demostrar su liderazgo compartiendo datos con los gobiernos y la sociedad civil para facilitar la transparencia y una mejor gestión; adoptando unas normas más rigurosas para medir los progresos, como una verdadera contabilidad de costes; y participando en alianzas público-privadas como los programas de alimentación en las escuelas, para mejorar el acceso a una nutrición asequible.

The Blue Food Assessment agrupa a más de 100 científicos de más de 25 instituciones de todo el mundo. El Stockholm Resilience Centre de la Universidad de Estocolmo y el Center for Ocean Solutions, junto con el Center on Food Security and the Environment, de la Universidad de Stanford son los socio científicos del proyecto, y EAT es el socio que aborda el impacto.