

MONITOREO DE PRÁCTICAS DE COMERCIO RESPONSABLE DE PESCADO EN LIMA METROPOLITANA

RESULTADOS DICIEMBRE 2024 - ABRIL 2025

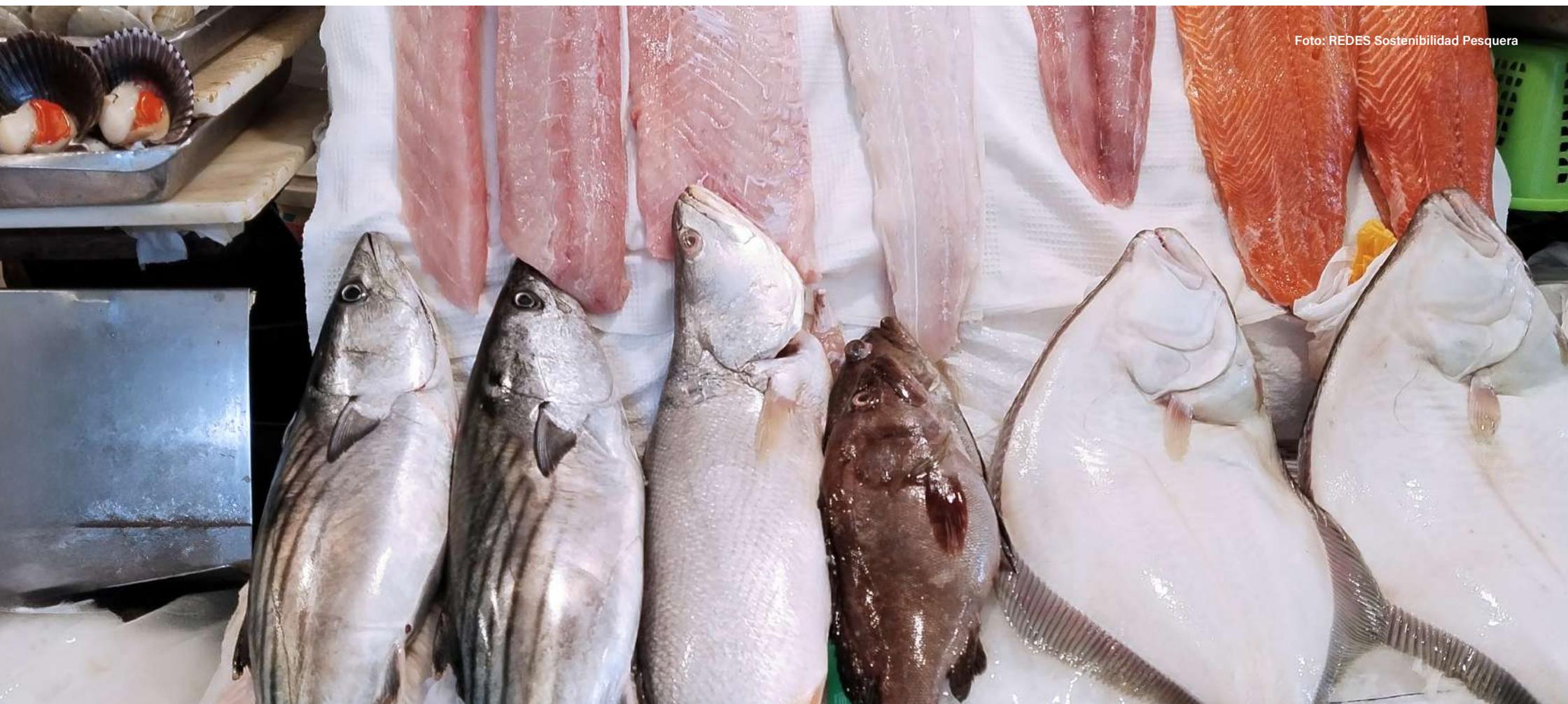


Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

MONITOREO DE PRÁCTICAS DE COMERCIO RESPONSABLE DE PESCADO EN LIMA METROPOLITANA

RESULTADOS DICIEMBRE 2024 - ENERO 2025

Diseño metodológico y coordinación: Jorge Grillo, Jhonatan Acuña

Análisis: Sandra Taipe, Jorge Grillo, Luis Antonio Ascoy

Revisión y difusión: Victoria Cornejo

Diseño y diagramación: Alejandra Murillo

Editado por:

REDES - Sostenibilidad Pesquera

www.redes.pe

Abril 2025

Cita sugerida: REDES-Sostenibilidad Pesquera. (2025). Monitoreo de prácticas de comercio responsable de pescado en Lima Metropolitana. Resultados del periodo diciembre 2024 - enero 2025.

ÍNDICE

1.

PRESENTACIÓN | 3

2.

DATOS GENERALES
DEL CONSUMO DE
PESCA EN LIMA | 4

3.

CONCEPTOS CLAVE | 5

4.

VISTA RÁPIDA DE
LOS HALLAZGOS | 6

5.

METODOLOGÍA | 7

01. Objetivo general 7
02. Objetivo específicos 7
03. Criterios de evaluación de
comercio responsable 7
04. Colecta de datos 7
05. Periodo de evaluación 7
06. Tipo y número de agentes
evaluados 8

6.

RESULTADOS | 9

Criterio 1: Oferta de especies
vulnerables 10
Criterio 2: Oferta de recursos no
tradicionales 11
Criterio 3: Cumplimiento de la talla
o peso mínimo de captura 12
Criterio 4: Información sobre origen
o método de captura 13
Criterio 5: Riesgo de sustitución de
especies 14
Criterio 6: Promoción de la pesca y
consumo responsable 15
Prácticas destacadas observadas 16
Prácticas de alto riesgo 17

7.

RECOMENDACIONES
PARA LOS
VENDEDORES | 18

8.

RETOS PENDIENTE | 20

1. PRESENTACIÓN

Los ecosistemas marinos nos ofrecen recursos pesqueros que son fundamentales para la alimentación, son la base de diversos medios de vida de mujeres y hombres de la costa, además son fundamentales en el desarrollo de industrias y comercios de diversas escalas que impulsan la economía nacional y local de cientos de caletas y puertos del país. Al mismo tiempo, las prácticas pesqueras tradicionales, las costumbres locales, la gastronomía, el deporte, entre otras actividades cotidianas, son testimonio de la profunda dependencia de los peruanos con el mar y sus recursos. Si queremos seguir disfrutando de dichos beneficios, es evidente que debemos aprovechar con responsabilidad lo que nos ofrece nuestro mar, especialmente de la extracción y comercialización de peces y mariscos.

En ese sentido, desde hace un año, REDES-Sostenibilidad Pesquera implementa el monitoreo de las prácticas de venta de pescados y mariscos en Lima Metropolitana para evaluar el grado de responsabilidad de los **agentes comerciales del sector**. Nuestra finalidad es incentivar en los actores del mercado nacional la adopción progresiva de buenas prácticas que contribuyan a reducir los impactos de la presión pesquera por la alta demanda e incentiven decisiones de compra informadas.

Este monitoreo se realiza como parte de las actividades de la Alianza Por la Pesca alineado a la estrategia que busca aprovechar la demanda del mercado de productos de mar provenientes de la pesca formal y responsable para incentivar mejores prácticas pesqueras.

En este segundo monitoreo hemos evaluado un total de 72 agentes comerciales, que incluyen una muestra de mercados minoristas de 15 distritos de Lima Metropolitana, que junto a los supermercados y pescaderías nos brindan un panorama más completo, ya que alrededor del 80% del pescado comprado por los hogares se adquiere en estos centros de abasto. Además, hemos realizado precisiones conceptuales y mejoras al marco de indicadores utilizados para la evaluación.

Este reporte presenta la evaluación de seis criterios de comercio responsable, además se identifican las acciones positivas que vienen realizando los agentes comerciales, así como las prácticas de alto riesgo que deben reducirse. Por último, brindamos recomendaciones que buscan viabilizar la implementación de buenas prácticas en los puntos de venta. Esperamos que estos hallazgos motiven y afiancen el compromiso y la acción, en todas las personas y empresas que participan de la cadena de valor, por el aprovechamiento responsable de los recursos pesqueros.

Jorge Grillo Núñez
Director REDES-Sostenibilidad Pesquera

Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera



2. DATOS GENERALES DEL CONSUMO DE PESCA EN LIMA*

- Los hogares de Lima Metropolitana compran la **MAYOR CANTIDAD DE PESCADOS Y MARISCOS** en los mercados.



- En los mercados, el consumo de



bonito y



jurel

predomina, representando el

88% de la **DEMANDA.**



Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

- En los **SUPERMERCADOS**, el consumo de



bonito,



jurel y



perico

constituyen el

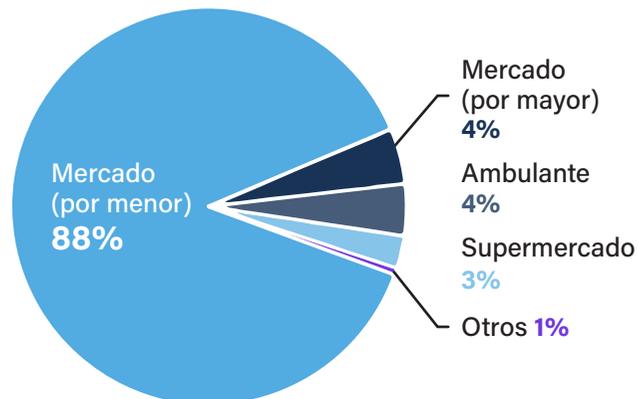
25% de la **DEMANDA.**

mientras que el resto se compone de más de **40 RECURSOS DIFERENTES.**

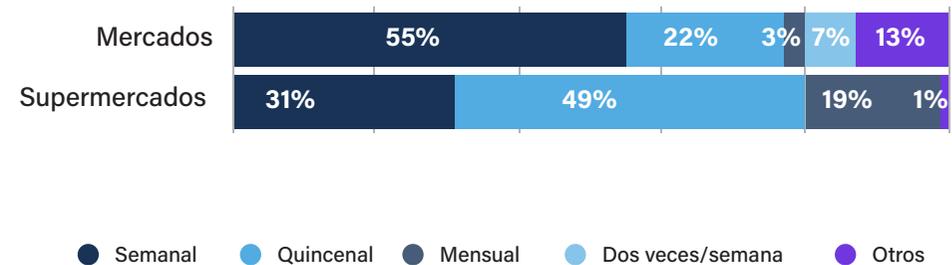


Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

Volumen de compra (%) 2023 y 2024



Frecuencia de compra 2023 y 2024



*Fuente: Información estimada por REDES-SP a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0) 2023 y 2024 del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

3. CONCEPTOS CLAVE

AGENTES COMERCIALES

Son aquellas personas o empresas que forman parte de la cadena de valor de los pescados y mariscos actuando como intermediarios entre los pescadores y los consumidores finales. La evaluación incluye a pescaderías, mercados minoristas y supermercados.

PESCA RESPONSABLE

Es un enfoque que busca equilibrar la explotación de los recursos pesqueros con la conservación del medio ambiente mediante la implementación de medidas de gestión y promoción de buenas prácticas en la extracción, transformación, comercialización y consumo. Su objetivo es asegurar que las pesquerías sean viables a largo plazo, beneficiando tanto a las comunidades locales, agentes comerciales y consumidores como a los ecosistemas marinos.

SUSTITUCIÓN

Es la práctica de vender una especie de pescado bajo el nombre de otra. Puede ser intencional, para aprovechar la demanda de ciertas especie con mayor precio o para evadir las regulaciones. También puede ser resultado de la falta de información y experiencia en la identificación de especies.

VULNERABILIDAD

Grado de riesgo del recurso hidrobiológico debido a la intensa presión de pesca. Esta presión puede impactar significativamente alguna etapa crucial de su ciclo de vida, como la reproducción, el crecimiento o la supervivencia.

RECURSO TRADICIONAL

Bajo este nombre hemos clasificado a los pescados y mariscos que tienen una alta demanda en los consumidores de Lima Metropolitana. El nivel de demanda se estima a partir de un índice que representa la frecuencia mensual ponderada del recurso en los mercados mayoristas pesqueros de Lima Metropolitana, para un periodo entre el 2000 - 2024.

PESCADERÍA

Modelo de negocio dedicado a la venta de pescados y mariscos principalmente mediante canales digitales y entrega a domicilio.

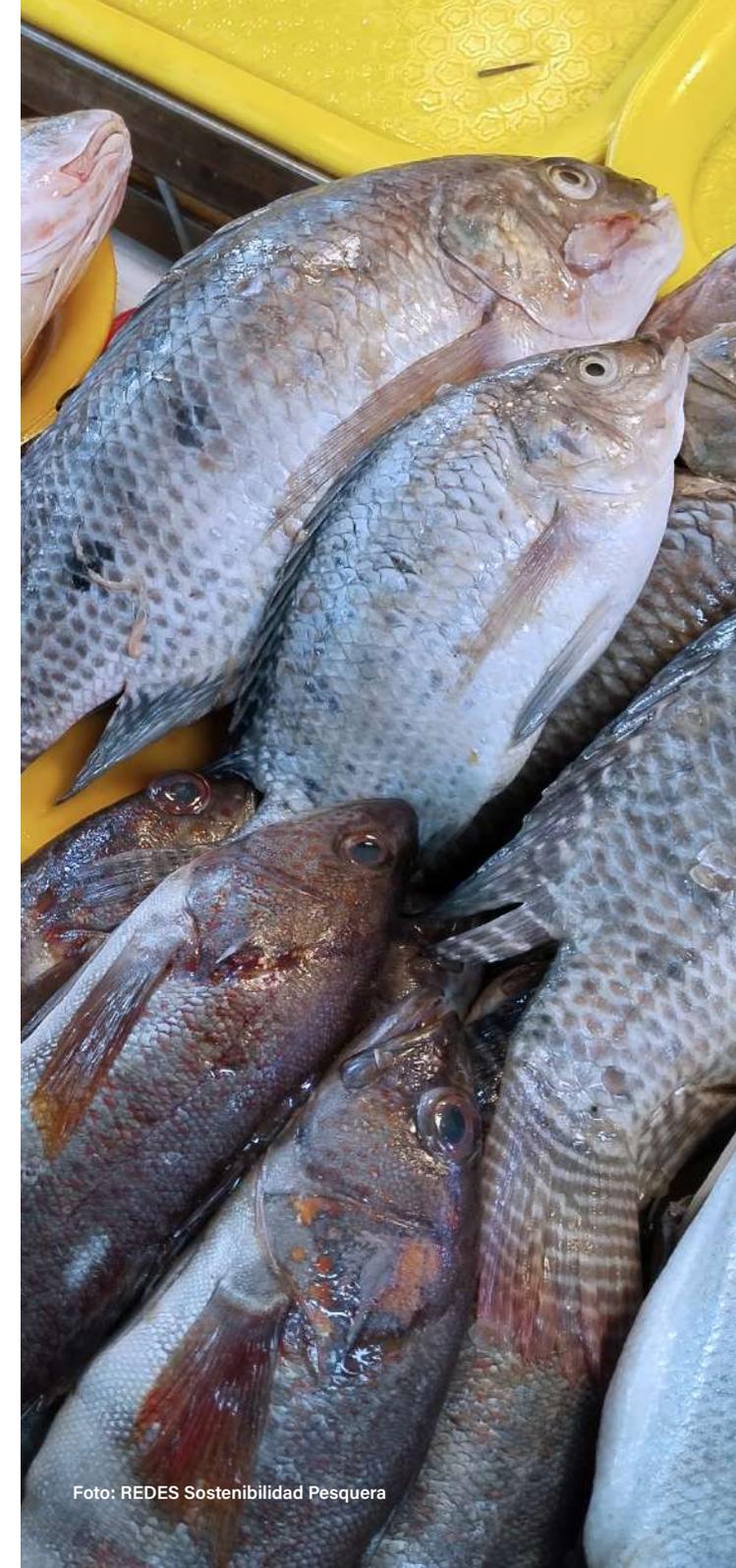


Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

4. VISTA RÁPIDA DE LOS HALLAZGOS



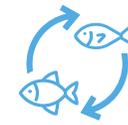
21%

del total de **especies que se ofertan** son **ALTAMENTE VULNERABLES.**



35%

del total de pescados y mariscos que se **ofertan** son **TRADICIONALES.**



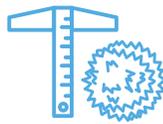
94%

de los agentes comerciales **no presenta RIESGO DE SUSTITUCIÓN.**



17%

de los agentes comerciales **difunde algún tipo de información** relacionada al **ORIGEN O MÉTODO DE PESCA** de los recursos que comercializan.



86%

de los agentes comerciales tienen una **alta probabilidad de cumplir** con la **NORMATIVA DE TALLA O PESO MÍNIMO LEGAL.**



14%

de los agentes comerciales **promueven información** sobre la **IMPORTANCIA DE LA PESCA Y CONSUMO RESPONSABLE.**

5. METODOLOGÍA

01. Objetivo general



las prácticas de comercialización de pescados y mariscos en supermercados, pescaderías y mercados minoristas de Lima Metropolitana, bajo criterios de pesca responsable.



LIMA METROPOLITANA

02. Objetivos específicos

- Observar** si los agentes comerciales cumplen con los criterios de pesca responsable al exhibir y promocionar sus productos.
- Identificar y reconocer** las mejores prácticas que destacan en el comercio de pescados y mariscos en supermercados, pescaderías y mercados minoristas.
- Identificar** oportunidades de mejora en el comercio de pescados y mariscos en supermercados, pescaderías y mercados minoristas.

03. Criterios de evaluación de comercio responsable

Se utilizó un marco de referencia actualizado con base en 6 criterios de comercio responsable, tomando como referencia los lineamientos del documento **"Criterios de pesca y consumo responsable"** elaborado por Future of Fish, Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, The Nature Conservancy y REDES-Sostenibilidad Pesquera, en el marco del proyecto Por La Pesca.

Las definiciones, variables e indicadores fueron definidas y actualizadas por REDES-Sostenibilidad Pesquera para operativizar el monitoreo (puede consultarse el detalle en el Anexo).

☆ CRITERIOS ASOCIADOS:

- 1 Oferta de especies vulnerables.**
- 2 Diversificación de la oferta.**
- 3 Riesgo en las tallas o pesos mínimos.**
- 4 Información del origen y método de extracción.**
- 5 Riesgo de sustitución.**

04. Colecta de datos

La información fue colectada mediante observación de los canales de venta físicos y virtuales sin participación de los agentes evaluados.

- A VISITAS A PUNTOS DE VENTA:**
Se realizaron visitas a supermercados y mercados minoristas seleccionados.
- B REVISIÓN DE CANALES VIRTUALES:**

En las pescaderías, las prácticas de venta se observaron exclusivamente en canales virtuales, priorizados de la siguiente manera:

- 1 | Instagram
- 2 | Facebook
- 3 | Página web
- 4 | WhatsApp

05. Periodo de evaluación



06. Tipo y número de agentes evaluados



39 TIENDAS DE SUPERMERCADOS ⁽¹⁾

- ✓ Se calculó una **muestra proporcional al 25% del total** de tiendas identificadas por cadena:
 - Metro **11** de 43.
 - Plaza Vea **16** de 62.
 - Tottus **08** de 33.
 - Wong **04** de 17.
- ✓ **Selección:** El número de muestra se dividió entre cuatro zonas de Lima Metropolitana (norte, sur, este y centro) seleccionando las tiendas de alta dinámica comercial.



15 MERCADOS MINORISTAS ⁽¹⁾

- ✓ Se elaboró una lista considerando el principal mercado minorista por distrito de Lima Metropolitana (43) y Callao (7). En función del tamaño y la accesibilidad.
- ✓ Aleatoriamente se seleccionó el **30%**.



20 PESCADERÍAS ⁽²⁾

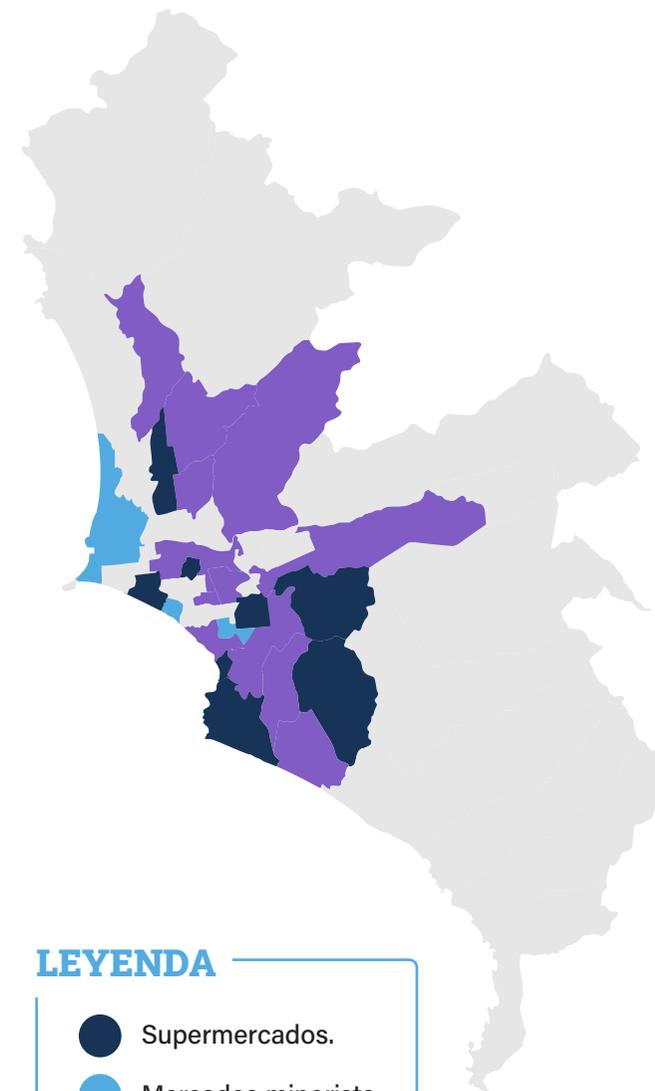
Se consideró a las pescaderías que cumplían con los siguientes:

- ✓ Con actividad comercial al momento del monitoreo.
- ✓ Con canales de venta virtuales.
- ✓ Con entrega a domicilio.
- ✓ Con una lista, catalogo o recursos gráficos donde ofrezcan sus productos.

(1) En un supermercado y un mercado minorista no se encontró venta de pescado fresco.

(2) La identificación se basó en una base de datos de 40 pescaderías, sin embargo, solo 20 evidenciaron actividad comercial en el periodo del monitoreo.

Ubicación de los **SUPERMERCADOS** y **MERCADOS MINORISTAS** seleccionados:



LEYENDA

- Supermercados.
- Mercados minorista.
- Ambos

6.



RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

✓ CRITERIO 1: OFERTA DE ESPECIES VULNERABLES

• **21%**

del total de especies que se ofertan en Lima Metropolitana son **ALTAMENTE VULNERABLES**.

Entre los tres agentes se observaron un total de 92 especies.



La oferta de pescados y mariscos varía entre establecimientos:



LOS **SUPERMERCADOS** ofrecen 53 recursos.

El **17%**



LAS **PESCADERÍAS** ofrecen 65 recursos.

El **19%**



LOS **MERCADOS MINORISTAS** ofrecen 70 recursos.

El **24%**

SON DE **ALTA VULNERABILIDAD**

Con mayor frecuencia observada según agente:



CABRILLA Y TOLLO DE LECHE.



CORVINA.



CABRILLA.



¡ALERTA!

• **17 DE 19 ESPECIES CON:**



ALTA VULNERABILIDAD

se ofertan en **MERCADOS MINORISTAS.**

• **SE OBSERVÓ LA VENTA DE:**



MERLÍN,

una especie cuya pesca y comercialización

ESTÁ PROHIBIDA EN PERÚ según el D.S. 009-2008-PRODUCE y



PEZ LUNA

(*Mola mola*), una especie de **alta vulnerabilidad según IUCN y preocupación a nivel internacional** debido a su **RIESGO DE EXTINCIÓN.**

✓ CRITERIO 2: OFERTA DE RECURSOS NO TRADICIONALES

• **65%**

de los pescados y mariscos que se ofertan en Lima Metropolitana son **NO TRADICIONALES**.



Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

El % de pescados y mariscos **NO TRADICIONALES** según agente:



SUPERMERCADOS

51%



PESCADERÍAS

60%



MERCADOS MINORISTAS

56%

OBSERVADOS CON MAYOR FRECUENCIA

Según **cada agente** son:



TRUCHA, SALMÓN Y TILAPIA.



PULPO, ATÚN Y SALMÓN.



TRUCHA, TILAPIA Y PULPO.

i DATOS IMPORTANTES



- La oferta de pescados y mariscos en Lima Metropolitana esta incluyendo una importante **PROPORCIÓN DE RECURSOS QUE PROVIENEN DE LA ACUICULTURA** destacándose la presencia de **TRUCHA Y TILAPIA** en las tiendas evaluadas.



- **LOS RECURSOS TRADICIONALES** observados con mayor frecuencia son: **JUREL, POTA, LISA, LANGOSTINO, YUYO, CHIRI, MERLUZA.**

✓ CRITERIO 3: CUMPLIMIENTO DE LA TALLA O PESO MÍNIMO DE CAPTURA

• **86%**

de los agentes comerciales en Lima Metropolitana ofertan recursos pesqueros que, según las observaciones, tienen alta probabilidad de cumplir con la **NORMATIVA DE TALLA O PESO MÍNIMO DE CAPTURA**.

En el **3%**



DE **SUPERMERCADOS**

En el **14%**



DE **PESCADERÍAS**

En el **43%**



DE **MERCADOS MINORISTAS**

SE OBSERVÓ **RIESGO DE INCUMPLIMIENTO EN LA TALLA MÍNIMA LEGAL** EN LA OFERTA DE AL MENOS UN RECURSO.

📌 DATOS IMPORTANTES



- En los **MERCADOS MINORISTAS** el resultado **ES SIGNIFICATIVAMENTE MAYOR.**

Algunos factores que podrían explicar este comportamiento son:

Débil **fiscalización interna y externa** en los mercados y alta presión para **satisfacer una demanda** con menores requisitos de calidad ("*más chico, más barato*").



- Algunos recursos que se observaron, al menos una vez, con **RIESGOS DE TALLAS POR DEBAJO DE LO LEGALMENTE ESTABLECIDO** fueron:

TOLLO, PAMPANITO, CARAJITO, CHITA, BONITO, CACHEMA, JUREL, LISA, CHIRI, CABRILLA Y LENGUADO.



Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera

✓ CRITERIO 4: INFORMACIÓN SOBRE ORIGEN O MÉTODO DE CAPTURA

• **17%**

de los agentes comerciales en Lima Metropolitana **DIFUNDE INFORMACIÓN** sobre el **ORIGEN** o **MÉTODO DE PESCA** de los recursos que comercializan.



En el **32%**



DE **SUPERMERCADOS**

SE OBSERVÓ **INFORMACIÓN RELACIONADA AL PROVEEDOR.**

En ninguna



PESCADERÍA Y



MERCADO MINORISTA

SE PROPORCIONA **INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN** DE PESCADOS Y MARISCOS.

i DATOS IMPORTANTES



- En los **SUPERMERCADOS** se observó el **nombre de la empresa proveedora** en algunos **recursos importados, de acuicultura o congelados enteros** o en **porciones** como:

SWAI, SALMÓN, TILAPIA, BONITO ENTERO, JUREL ENTERO Y MERLUZA EN MEDALLONES.



Esta información contribuye a

TOMAR MEJORES DECISIONES DE COMPRA

en base al **ORIGEN LEGAL Y EL IMPACTO AMBIENTAL DE LA PESQUERÍA.**

✓ CRITERIO 5: RIESGO DE SUSTITUCIÓN DE ESPECIES

• **94%**

de los agentes comerciales

NO PRESENTA RIESGO DE SUSTITUCIÓN

en las especies que ofertan.



92%



DE **SUPERMERCADOS**

95%



DE **PESCADERÍAS**

100%



DE **MERCADOS MINORISTAS**

NO PRESENTAN RIESGO DE SUSTITUCIÓN.

• Los casos identificados de **RIESGOS DE SUSTITUCIÓN** en el:

8%



DE **SUPERMERCADOS**

5%



DE **PESCADERÍAS**

FUERON DE **VENTA DE TIBURÓN AZUL Y TIBURÓN DIAMANTE** BAJO EL NOMBRE DE **"TOLLO"**.

✓ CRITERIO 6: PROMOCIÓN DE LA PESCA Y CONSUMO RESPONSABLE

• **14%**

de los agentes comerciales en Lima Metropolitana promueve **INFORMACIÓN** sobre la importancia de la **PESCA Y CONSUMO RESPONSABLE**.

El **18%**



DE LOS **SUPERMERCADOS**

El **15%**



DE LAS **PESCADERÍAS**

DIFUNDEN INFORMACIÓN SOBRE ESTOS TEMAS.

i DATOS IMPORTANTES

- Las **BUENAS PRÁCTICAS IDENTIFICADAS**, consisten en la **DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE:**



TALLAS MÍNIMAS.



CALENDARIO DE VEDAS.



IMPORTANCIA DE LA TRAZABILIDAD.



DECLARACIÓN DE APOYO A LA PESCA RESPONSABLE.





PRÁCTICAS DESTACADAS OBSERVADAS

Es fundamental valorar y reconocer las acciones que evidencia un compromiso tangible con el comercio y consumo responsable. Por ello destacamos e invitamos a replicar las siguientes prácticas que fueron observadas en el monitoreo:



DIFUNDE UNA LISTA DE PRODUCTOS CON RECOMENDACIONES SOBRE SU PREPARACIÓN Y ESTACIONALIDAD, con la intención de contribuir a la diversificación del consumo de recursos pesqueros.

- Agente: [mercado minorista](#)
-



PRODUCE Y DIFUNDE VIDEOS en redes sociales que muestran la **MODALIDAD DE EXTRACCIÓN DE UN RECURSO**.

- Agente: [pescadería](#)
-



PUBLICA AFICHES INFORMATIVOS SOBRE LAS TALLAS MÍNIMAS DE CAPTURA Y EL CALENDARIO DE VEDAS, brindando herramientas al consumidor para tomar decisiones responsables.

- Agente: [supermercados](#)
-



EXHIBEN en sus puntos de venta **DECLARACIONES PÚBLICAS DE APOYO A LA PESCA RESPONSABLE**.

- Agente: [supermercados](#)
-



PUBLICA EN SU SITIO WEB, COMPROMISOS CON PRÁCTICAS SOSTENIBLES DENTRO DE LA INDUSTRIA PESQUERA, comunicando sus esfuerzos por contribuir a un comercio responsable.

- Agente: [pescadería](#)
-



IDENTIFICA, en el punto de venta, el **NOMBRE DE LA EMPRESA PROVEEDORA EN PRODUCTOS IMPORTADOS, DE ACUICULTURA O CONGELADOS**, como swai, salmón, tilapia, bonito entero, jurel entero y merluza en medallones.

- Agente: [supermercados](#)
-



IDENTIFICA, en el punto de venta, los productos que **PROVIENEN DE RÍOS O DE SISTEMAS DE CULTIVO**.

- Agente: [supermercados](#)
-



PRÁCTICAS DE ALTO RIESGO

Los agentes comerciales deben reducir aquellos riesgos que dificultan la promoción de una cultura de consumo responsable de pescado.



Se observó la **VENTA DE MERLÍN EN UN MERCADO MINORISTA**, un recurso cuya captura y comercialización están **PROHIBIDAS POR LA LEGISLACIÓN PERUANA**.



Se identificó el uso de la denominación **"TOLLO"** para comercializar especies como el **TIBURÓN AZUL** y el **TIBURÓN DIAMANTE**, lo que podría generar **CONFUSIÓN EN EL CONSUMIDOR**.



Se observó la **OFERTA DE RECURSOS UTILIZANDO DIMINUTIVOS** en los nombres comerciales (como tollito, filetito), **LO QUE PUEDE SUGERIR LA COMERCIALIZACIÓN DE EJEMPLARES JUVENILES**.



Se detectó **ERROR EN EL NOMBRE** del recurso en un empaque de filetes fresco.



Se detectó que se ofrecen recursos con **IMÁGENES EN PLATOS QUE REPRESENTAN EJEMPLARES PEQUEÑOS O JUVENILES**, como el caso de la chita (talla mínima legal = 24 cm.), lo que podría **FOMENTAR LA DEMANDA DE ESPECIES EN TALLA NO PERMITIDAS**.

7. RECOMENDACIONES PARA LOS VENDEDORES



01

La venta de especies clasificadas de alta vulnerabilidad no está prohibida, pero es recomendable **OFRECER RECURSOS DE TALLAS GRANDES**, de esta manera te aseguras que son ejemplares adultos y **QUE NO ESTÁS AFECTANDO EL CICLO REPRODUCTIVO DE LA ESPECIE**.



02

REDUCE DE MANERA PROGRESIVA O ESTACIONAL LA VENTA DE LOS RECURSOS DE ALTA DEMANDA (clasificadas en este monitoreo como "Tradicionales"). Diversifica tu oferta e informa al consumidor sobre la disponibilidad de otros recursos con similares características.



03

Ofrece la mayor cantidad de información disponible y confiable de los recursos que vendes (vulnerabilidad, vedas, origen, método de pesca, etc.), para que el **CONSUMIDOR TOME DECISIONES DE COMPRA INFORMADAS** y al mismo tiempo agrega valor a tus productos.



04

Solicita e incentiva a tus proveedores a **PROPORCIONAR PROGRESIVAMENTE INFORMACIÓN DEL ORIGEN DE LOS RECURSOS**. Además asegúrate que esta información sea confiable.



05

No todos los recursos comerciales tienen talla mínima legal o vedas. Sin embargo, puedes contribuir con la salud de las poblaciones de peces y mariscos al **ELEGIR EJEMPLARES GRANDES**.

7. RECOMENDACIONES PARA LOS VENDEDORES



Revisa periódicamente los canales oficiales del Ministerio de la Producción, así como información sobre **ESPECIES PROHIBIDAS, REGULACIONES, VEDAS O ACTUALIZACIÓN DE TALLAS MÍNIMAS** en los canales de las organizaciones que trabajan en pesca responsable.



ELIGE PROMOCIONAR RECURSOS NO VULNERABLES, DE BAJA VULNERABILIDAD Y NO TRADICIONALES. De esta forma contribuyes a diversificar los hábitos de consumo y permites que las poblaciones de peces más demandadas tengan tiempo para recuperarse.



LIDERA, APOYA Y PARTICIPA DE CAMPAÑAS QUE DIFUNDAN INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN LEGAL de los recursos comerciales y la importancia de elegir productos de pesca responsable. Estas acciones contribuyen a generar conciencia entre los consumidores y a fidelizar clientes.



Apoya y participa en programas de **CAPACITACIÓN SOBRE PESCA Y CONSUMO RESPONSABLE A TRABAJADORES, PROVEEDORES Y PESCADORES.** El objetivo es fomentar un mayor conocimiento sobre los recursos disponibles.

8. RETOS PENDIENTES

Foto: REDES Sostenibilidad Pesquera



Los resultados de este monitoreo muestran, en general, un panorama alentador, sin embargo, se visibilizan puntos urgentes que requieren atención y mejora mediante el involucramiento de los actores clave de la cadena de valor, instituciones públicas y partes interesadas. También hay que tomar en cuenta que las malas prácticas de los agentes comerciales en el sector pesquero no siempre son intencionales, están fuertemente ligadas a la abundancia de información errónea, la falta de regulaciones eficientes, los hábitos arraigados de consumo, la presión por cubrir la demanda. Además, la confianza excesiva en los proveedores puede llevar a problemas en los mecanismos de verificación que agravan la situación.

Por ello, el cumplimiento de la normativa, el acceso y difusión de información confiable y la diversificación son claves para fomentar una pesca y comercio responsable.

Es fundamental reconocer los esfuerzos de los supermercados, pescaderías y mercados minoristas que evidencian buenas prácticas en la venta de pescados y mariscos a pesar del contexto social y económico en la que se ha venido comercializando tradicionalmente estos recursos. Además es necesario el diseño de políticas y estrategias comerciales que incentiven que más negocios y personas se sumen al aprovechamiento responsable de nuestros recursos pesqueros.

