

Un informe de **Causa Natura** CENTER

Del mar al supermercado

La venta de pescados y
mariscos sostenibles*

Un informe elaborado por Ana Harumi Hayashida,
María Fernanda Onofre y Carlos Ahumada

* Siguiendo la definición de pesca sostenible de la iniciativa ICPMX

CONTENIDO

pág. **3** **SIGLAS y ACRÓNIMOS**

pág. **4** **INTRODUCCIÓN**

pág. **7** **METODOLOGÍA de EVALUACIÓN**

pág. **9** **MATRIZ de EVALUACIÓN**

pág. **15** **RESULTADOS**

pág. **27** **CONCLUSIONES**

pág. **31** **REFERENCIAS**

SIGLAS y ACRÓNIMOS

AIP	Proyecto de Mejora Acuícola (por sus siglas en inglés)
ASC	Aquaculture Stewardship Council
BAMX	Red de Bancos de Alimentos de México
BAP	Best Aquaculture Practices
Cemefi	Centro Mexicano para la Filantropía
Conapesca	Comisión Nacional de Pesca y Acuicultura
CONUEE	Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía
ELSSA	Entornos Laborales Seguros y Saludables
ESR	Empresa Socialmente Responsable
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FIP	Proyecto de Mejora Pesquera (por sus siglas en inglés)
FOS	Friend of the Sea
GAA	Global Aquaculture Alliance
H-E-B	Howard Edward Butt Grocery Company
ICPMX	Impacto Colectivo por la Pesca y la Acuicultura Mexicana
INDNR	Illegal, No Declarada y No Reglamentada
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OSC	Organizaciones de la Sociedad Civil
LEED	Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental (por sus siglas en inglés)
MSC	Marine Stewardship Council
PROESCO	Programa de Ahorro de Energía para el Sector Comercial
Senasica	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
WWF	World Wide Fund for Nature

INTRODUCCIÓN

Los pescados y mariscos son parte importante de nuestra dieta. Gracias a una comercialización cada vez más dinámica, su consumo se ha incrementado, facilitando a los consumidores su adquisición de forma accesible desde cualquier parte del mundo (FAO, 2022).

En México, se consumen alrededor de 13.75 kg per cápita al año, ocupando la posición número 18 a nivel mundial entre los países con mayor consumo de productos pesqueros (Conapesca, 2021). Las proyecciones estiman que el consumo siga aumentando (Mata, 2022). Sin embargo, estudios recientes muestran que el 63% de las pesquerías del país se encuentran en su 'rendimiento máximo sostenible', es decir, no se debe agregar mayor esfuerzo pesquero porque se vería comprometida su sostenibilidad, y un 17% se encuentran en estado de deterioro (OCEANA, 2019).

Lo anterior se debe en gran medida a la Pesca Ilegal, No Declarada y No Reglamentada (Pesca INDNR)², la cual es responsable de la pérdida de 11 a 26 millones de toneladas anuales de pescado. Se estima que uno de cada cinco peces proviene de la pesca ilegal o irregular (ONU, 2023). Números esfuerzos se han realizado para detener la Pesca INDNR. Sin embargo, para obtener resultados más efectivos, éstos se deben realizar, no solo en la captura o cultivo, sino desde todos los actores involucrados en la cadena de suministro: productor, primer comprador, transformador, distribución y venta final (ICPMX, s.f.).

Particularmente, vemos en la venta final, el último eslabón de la cadena de suministro, una oportunidad para promover mejores prácticas de comercialización que aseguren la sostenibilidad de los productos pesqueros, ya que son éstos los encargados de llevar el producto hasta su consumidor final. Este eslabón está conformado principalmente por empresas minoristas, mercados, tianguis y pescaderías locales.

“Del mar al supermercado: La venta de pescados y mariscos sostenibles” es un estudio dirigido a las principales cadenas minoristas de pescados y

mariscos de México, el cual tiene como propósito evaluar su compromiso de sostenibilidad en la rama de pescados y mariscos, así como brindarles recomendaciones para que incorporen políticas y procesos que promuevan mejores prácticas. Esta práctica se llevará a cabo cada dos años para su monitoreo.

Al mismo tiempo, pensamos que los consumidores finales son importantes beneficiarios de este estudio ya que provee información valiosa que les permite tomar mejores decisiones de compra.

EL PAPEL DE LAS CADENAS MINORISTAS EN EL SUMINISTRO DE PESCADOS Y MARISCOS DE ORIGEN SOSTENIBLE

La cadena de suministro de los pescados y mariscos se conforma principalmente de cinco eslabones:

- 1. Productor:** Los productores de pescados y mariscos pueden obtener sus productos de la captura en lagos, ríos o mares, o del cultivo en estanques, ríos, lagos y mares.
- 2. Primer comprador:** Los primeros compradores son aquellos que adquieren los productos pesqueros directamente del productor para su transformación, distribución o venta final.
- 3. Transformación:** Los procesadores de pescados y mariscos se encargan de transformar el estado natural de productos pesqueros en productos aptos para ser consumidos y distribuidos, lo que incluye actividades como la limpieza, el fileteado, la extracción de la piel, vísceras y/o cabeza, la congelación, el enlatado, el ahumado y la cocción.
- 4. Distribución:** Los distribuidores coordinan la logística de transporte y almacenamiento para que los productos pesqueros mantengan su calidad y frescura durante su traslado de los proveedores mayoristas a los minoristas y consumidores finales.
- 5. Venta final:** Corresponde al último eslabón de la cadena de suministro. Está conformado por empresas minoristas, tiendas de autoservicio, mercados, tianguis, supermercados, restaurantes, pescaderías y otros puntos de venta que comercializan los productos pesqueros a los consumidores finales (ICPMX, s.f.).

² La pesca es ilegal cuando se realiza sin los permisos de las autoridades competentes, contraviniendo la legislación nacional e internacional en materia de pesca. La pesca es no declarada cuando no ha sido informada, o se ha informado de manera inexacta o incompleta. La pesca es no reglamentada cuando no está sujeta a regulaciones gubernamentales, medidas de conservación o normativas para asegurar su legal procedencia y la sostenibilidad de los recursos pesqueros (SIAP, 2022).

Las empresas minoristas corresponden al último eslabón de la cadena de suministro. Ellas desempeñan un papel muy importante en el mercado mexicano, ya que, de acuerdo con la encuesta *“Preferencias de los mexicanos al comprar pescados y mariscos”*, realizada por Causa Natura Center en 2023, el 39% de los mexicanos de las principales metrópolis del país compran pescados y mariscos en supermercados³.

Por lo anterior, es necesario alentar a las empresas minoristas a que tomen medidas que ayuden a verificar la legal procedencia de los productos pesqueros y que fomenten la producción sostenible de los mismos.

Como se puede observar en el diagrama de la figura 1, existen diversas problemáticas socio-ambientales asociadas a cada eslabón de la cadena de suministro. Dichas problemáticas se originan desde el primer eslabón (productor), y persisten a lo largo de toda la cadena. La principal problemática que se presenta en el último eslabón (venta final), es la compraventa de productos procedentes de la pesca INDNR y de prácticas insostenibles, lo cual dificulta los esfuerzos nacionales y regionales de conservación y ordenación pesquera, afectando la sostenibilidad de las pesquerías y los medios de vida de los pescadores y comunidades costeras. La compraventa de productos pesqueros procedentes de la pesca INDNR -incluso de manera no intencional- favorece indirectamente las prácticas delictivas e insostenibles (FAO, 2021; FAO, 2023).

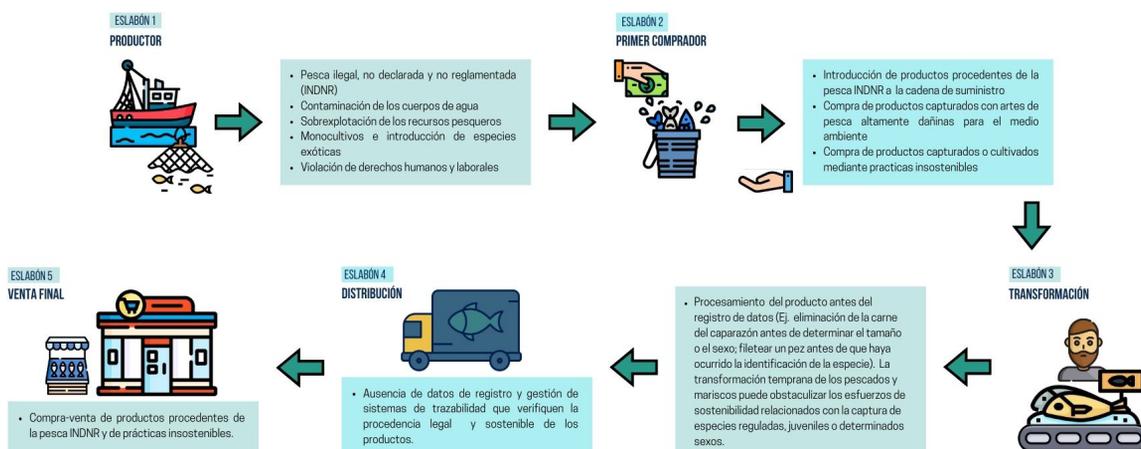


Figura 1. Problemáticas y riesgos socio-ambientales que se presentan en la cadena de suministro de pescados y mariscos. Elaboración propia con base en ICPMX (s.f.) y The Nature Conservancy (2023)⁴.

³ Las metrópolis donde se aplicó la encuesta son: 1) Zona metropolitana del Valle de México; 2) Zona metropolitana de Monterrey; 3) Zona metropolitana de Guadalajara; 4) Zona metropolitana de Puebla-Tlaxcala; 5) Zona metropolitana del Valle de Toluca; 6) Zona Metropolitana de Tijuana; 7) Zona metropolitana de León; 8) Zona metropolitana de Querétaro; 9) Zona metropolitana de Ciudad Juárez; 10) Zona metropolitana de La Laguna; 11) Zona metropolitana de Mérida; 12) Zona metropolitana de San Luis Potosí; 13) Zona metropolitana de Aguascalientes; 14) Zona metropolitana de Mexicali; 15) Zona metropolitana de Saltillo; 16) Zona metropolitana de Mazatlán; 17) Zona metropolitana de Culiacán; 18) Zona metropolitana de Ensenada; 19) Zona metropolitana de La Paz; y 20) Zona metropolitana de Cancún. La encuesta fue representativa a nivel nacional con un 99% de confianza y un margen de error del 6%.

⁴ The Nature Conservancy (2023) Retos en las cadenas de suministro pesquero. Junio 2023, Reef Resilience Network.

EMPRESAS MINORISTAS EVALUADAS

La evaluación de minoristas sobre su compromiso de sostenibilidad en el ramo de pescados y mariscos está orientada a las principales empresas de minoristas que venden pescados y mariscos a los mexicanos. Los siguientes seis grupos de empresas minoristas concentran a los 17 principales supermercados de preferencia de los mexicanos para comprar pescados y mariscos (Chávez, 2023):

Grupo	Supermercado	Cuota de mercado
Grupo Walmart	1. Walmart 2. Sam's Club 3. Walmart Express 4. Bodega Aurrera	41%
Grupo Soriana	5. Soriana Híper 6. Soriana Súper 7. Soriana Mercado 8. Mega Soriana 9. City Club	16.5%
Howard Edward Butt Grocery Company	10. H-E-B	11%
Grupo Chedraui	11. Chedraui 12. Chedraui Selecto	10%
Costco Wholesale	13. Costco	9%
Grupo La Comer	14. La Comer 15. Fresko 16. City Market 17. Sumesa	7%
Otras cadenas y supermercados		6%
Total		100%

⁵ Para identificar a las principales empresas minoristas, la Unidad de Datos de Causa Natura Center realizó un estudio de cuota de mercado de pescados y mariscos en las 20 principales metrópolis de México. La cuota de mercado fue estimada por el número de clientes que tiene cada supermercado en la categoría de pescados y mariscos a nivel nacional. Este se obtuvo por medio de encuestas vía redes sociales (Meta) a los consumidores, en donde se les preguntó acerca de sus Para identificar a las principales empresas minoristas, la Unidad de Datos de Causa Natura Center realizó un estudio de cuota de mercado de pescados y mariscos en las 20 principales metrópolis de México. La cuota de mercado fue estimada por el número de clientes que tiene cada supermercado en la categoría de pescados y mariscos a nivel nacional. Este se obtuvo por medio de encuestas vía redes sociales (Meta) a los consumidores, en donde se les preguntó acerca de sus preferencias de compra y los supermercados que más frecuentan para adquirir pescados y mariscos. En total se obtuvieron 542 encuestas a nivel nacional, lo cual, es representativo al 99% con un margen de error del 6%.

METODOLOGÍA de EVALUACIÓN

Las principales empresas minoristas que venden pescados y mariscos a los mexicanos fueron evaluadas por la Unidad de Investigación Aplicada de Causa Natura Center, mediante una métrica que va de cero a diez puntos. **Esta métrica considera seis criterios de evaluación:**

1. ABASTECIMIENTO SOSTENIBLE | 2 PUNTOS

Evalúa la existencia de un compromiso público de abastecimiento de pescados y mariscos sostenibles que indique las metas que pretende alcanzar la empresa en términos de temporalidad, proporción y cobertura.

2. TRAZABILIDAD | 2 PUNTOS

Evalúa la capacidad del minorista de conocer y asegurar la legal procedencia de los pescados y mariscos que compran.

3. ETIQUETADO | 2 PUNTOS

Evalúa que el etiquetado de los pescados y mariscos que venden los minoristas cumpla con los requerimientos legales y muestre información adicional clara, completa y confiable que permita a los consumidores tomar decisiones de compra informadas.

4. INCIDENCIA PARA LA SOSTENIBILIDAD | 2 PUNTOS

Evalúa la puesta en marcha de acciones de inci-

dencia por parte del minorista para propiciar un aprovechamiento, comercialización y consumo de pescados y mariscos sostenibles.

5. DERECHOS HUMANOS Y LABORALES | 1 PUNTO

Evalúa la implementación de políticas que garanticen la equidad y el acceso a la seguridad y bienestar laboral de las personas que trabajan en la empresa minorista.

6. IMPACTO AMBIENTAL | 1 PUNTO

Evalúa las iniciativas del minorista para reducir su impacto ambiental en los procesos de manipulación, transformación y embalaje de alimentos.

Los criterios de abastecimiento sostenible, trazabilidad, etiquetado e incidencia para la sostenibilidad son evaluados con un mayor puntaje (2 puntos) por el impacto que éstos tienen directamente en la sostenibilidad de los productos pesqueros, aunque también se consideraron otros criterios que impactan la sostenibilidad ambiental y social de la cadena de suministro de pescados y mariscos. Estos criterios fueron definidos a partir del análisis de diversas iniciativas propuestas por organizaciones de distintas partes del mundo para promover el abastecimiento sostenible de pescados y mariscos, tales como:

a. Greenpeace (2018)
[Carting Away the Oceans](#)

b. WWF Colombia (2022)
[Guía de Abastecimiento Sostenible](#)

c. Sea Choice (2022)
[Seafood Progress](#)

d. Impacto Colectivo por la Pesca y la Acuicultura Mexicanas | ICPMX (s/f)
[Compromisos de Comercialización para la Adquisición Responsable de Pescados y Mariscos](#)

Estas iniciativas buscan principalmente incentivar el compromiso de los minoristas para que se abastezcan de pescados y mariscos provenientes de fuentes sostenibles, así como de garantizar la trazabilidad y buen etiquetado de sus productos.

Sin embargo, algunas de ellas también consideran la incidencia que pueden llegar a tener los minoristas para que otros eslabones de la cadena de suministro adopten medidas de sostenibilidad; el respeto por los derechos humanos y laborales; y la disminución de su impacto ambiental en el proceso de comercialización (Ver Tabla 2).

Aspectos considerados	Greenpeace	WWF Colombia	Sea Choice	ICPMX
Abastecimiento sostenible	○	○	○	○
Trazabilidad	○	○	○	○
Etiquetado	○	○	○	○
Incidencia para la sostenibilidad	○		○	
Derechos humanos y laborales	○		○	
Impacto ambiental	○			

Tabla 2. Aspectos considerados por diversas organizaciones para promover el abastecimiento sostenible de pescados y mariscos.

Estos criterios fueron retomados y adaptados al contexto mexicano. Para su evaluación, se establecieron una serie de condiciones asociadas a cada criterio a las cuales se les asignó un valor de referencia. Cuando el minorista cumple con la condición, el valor asignado se va sumando a una calificación final, la cual puede llegar a ser de diez puntos (Ver Matriz de Evaluación).

MATRIZ *de* EVALUACIÓN

Condiciones y valores de referencia de un “Abastecimiento sostenible”	Medios de verificación
<p>a. Existe un compromiso público del minorista de abastecimiento de pescados y mariscos de origen sostenible avalado por estándares reconocidos, tales como:</p> <p>Productos certificados. – Son productos certificados por la Marine Stewardship Council (MSC), FairTrade USA (Fair Trade Certified), Mejores Prácticas de Acuicultura (BAP, por sus siglas en inglés), Aquaculture Stewardship Council (ASC) o la Alianza Global de Acuicultura (GLOBAL G.A.P. por sus siglas en inglés)</p> <p>Productos calificados. – Son productos calificados como verdes o amarillos por el programa de observación de pescados y mariscos del Acuario de la Bahía de Monterey en California (Monterey Bay Aquarium’s Seafood Watch program).</p> <p>Productos en vías de mejora. – Son productos provenientes de proyectos de Mejora Pesquera (FIP) o Proyectos de Mejora Acuicola (AIP) que se encuentran publicados en el www.fisheryprogress.org con una calificación de ‘B’ o mejor.⁶</p>	<p>1.00</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de páginas web oficiales • Revisión de documentos públicos sobre el compromiso de abastecimiento sostenible de pescados y mariscos
<p>b. El minorista establece metas claras para lograr un abastecimiento sostenible indicando la temporalidad y la proporción de productos sostenibles ofrecidos (porcentaje de pescados y mariscos de origen sostenible ofrecidos / total de pescados y mariscos ofrecidos).</p>	<p>0.40</p>
<p>c. El minorista define las zonas geográficas que cubre el compromiso.</p>	<p>0.20</p>
<p>d. El minorista define los supermercados/ segmentos/ sucursales de su grupo que cubre el compromiso (en caso de aplicar)</p>	<p>0.20</p>

⁶ Esta condición es evaluada gradualmente dependiendo del tipo de estándar. Los productos certificados (1) tienen un puntaje más alto que los productos calificados (0.66) y en vías de mejora (0.33).

d. El minorista publica un informe de avance de su compromiso de abastecimiento sostenible de pescados y mariscos.	0.20	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de páginas web oficiales • Revisión de documentos públicos sobre el compromiso de abastecimiento sostenible de pescados y mariscos
Subtotal	2.00	
Condiciones y valores de referencia de 'Trazabilidad'		Medios de verificación
a. El minorista cuenta con los siguientes registros documentales que garanticen que los productos pesqueros cumplen con los lineamientos normativos que verifican su legal procedencia y trazabilidad: <ul style="list-style-type: none"> • Factura de compra con el folio de los avisos de arribo/cosecha asociados. • Copia de las guías de pesca del producto que se envió. 	1.00	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista o encuesta con el personal de la empresa. • Revisión de información pública sobre estándares para proveedores y requerimientos para auditorías
b. El minorista realiza auditorías in situ a los proveedores para verificar que la información proporcionada es verídica.	1.00	
Subtotal	2.00	
Condiciones y valores de referencia de 'Etiquetado'		Medios de verificación
a. El etiquetado de los pescados y mariscos <i>enlatados</i> y <i>envasados</i> que ofrece el minorista cumple con los requisitos generales de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 ⁷ al colocar: <ul style="list-style-type: none"> • Nombre o denominación del producto. • Lista de ingredientes. • Contenido neto y masa drenada. • Razón social de la empresa y domicilio fiscal. • País de origen. • Identificación del lote. • Fecha de caducidad o de consumo preferente. • Información nutrimental. • Idioma español⁸. 	0.33	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación <i>in situ</i> del etiquetado de los productos enlatados y envasados que se ofrecen en los supermercados.

⁷ Esta condición es evaluada a partir del promedio del puntaje asignado a cada producto pesquero que es ofrecido en los supermercados / segmentos /sucursales de cada grupo minorista. Cada una de las características que considera esta condición son evaluadas en igual proporción; es decir 0.04 (el cual es el resultado de dividir 0.33 entre los nueve requisitos evaluados) por cada característica cumplida. Para mayores detalles ver los resultados de las [Matrices de Evaluación](#).

⁸ No se evaluó la presencia de sellos octogonales en el etiquetado frontal de los productos.

<p>b. El etiquetado de los pescados y mariscos <i>enlatados</i> y <i>envasados</i> que ofrece el minorista brinda la siguiente información⁹ que permite a los consumidores realizar una decisión de compra informada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre científico de la especie. • Origen geográfico (zona geográfica de captura o cultivo, i.e. zonas de la FAO). • Pesca silvestre o cultivo. • Método de captura o cultivo. • Sellos de responsabilidad social y/o ambiental: <ul style="list-style-type: none"> » Productos certificados. » Productos calificados. » Productos en vías de mejora. » Productos con distintivos sociales o ambientales (Amigo del delfín, 1% for the planet; Pesca Sostenible y ESR). 	$\overline{0.33}$	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación in situ del etiquetado de los productos enlatados y envasados que se ofrecen en los supermercados.
<p>c. El etiquetado de los pescados y mariscos <i>congelados</i> que ofrece el minorista cumple con los requisitos generales de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010¹⁰ al colocar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre o denominación del producto. • Lista de ingredientes. • Contenido neto y masa drenada. • Razón social de la empresa y domicilio fiscal. • País de origen. • Identificación del lote. • Fecha de caducidad o de consumo preferente. • Información nutrimental. • Idioma español¹¹. 	$\overline{0.33}$	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación in situ del etiquetado de los productos congelados que se ofrecen en los supermercados.

⁹ Esta condición es evaluada a partir del promedio del puntaje asignado a cada producto pesquero que es ofrecido en los supermercados / segmentos /sucursales de cada grupo minorista. Cada una de las características que considera esta condición son evaluadas en igual proporción; es decir 0.07 (el cual es el resultado de dividir 0.33 entre los cinco aspectos evaluados) por cada característica cumplida. Particularmente, los sellos de responsabilidad social y/o ambiental se evalúan gradualmente dependiendo del tipo de estándar: los productos certificados (0.07) tienen un puntaje más alto que los productos calificados (0.051), en vías de mejora (0.034) y con distintivos sociales o ambientales (0.017). Para mayores detalles ver los resultados de las [Matrices de Evaluación](#).

¹⁰ Esta condición es evaluada a partir del promedio del puntaje asignado a cada producto pesquero que es ofrecido en los supermercados / segmentos /sucursales de cada grupo minorista. Cada una de las características que considera esta condición son evaluadas en igual proporción; es decir 0.04 (el cual es el resultado de dividir 0.33 entre los nueve requisitos evaluados) por cada característica cumplida. Para mayores detalles ver los resultados de las [Matrices de Evaluación](#).

¹¹ No se evaluó la presencia de sellos octagonales en el etiquetado frontal de los productos.

<p>d. El etiquetado de los pescados y mariscos <i>congelados</i> que ofrece el minorista brinda la siguiente información¹² que permite a los consumidores realizar una decisión de compra informada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre científico de la especie • Origen geográfico (zona geográfica de captura o cultivo, i.e. zonas de la FAO) • Pesca silvestre o cultivo • Método de captura o cultivo • Sellos de responsabilidad social y/o ambiental: <ul style="list-style-type: none"> » Productos certificados » Productos calificados » Productos en vías de mejora » Productos con distintivos sociales o ambientales (Amigo del delfín, 1% for the planet; Pesca Sostenible y ESR) 	$\overline{0.33}$	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación in situ del etiquetado de los productos congelados que se ofrecen en los supermercados.
<p>d. Los estantes donde el minorista ofrece productos pesqueros a <i>granel</i> cuentan con la siguiente información¹³:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre científico de la especie • País de origen • Origen geográfico (zona geográfica de captura o cultivo, i.e. zonas de la FAO) • Pesca silvestre o cultivo • Método de captura o cultivo • Sellos de responsabilidad social y/o ambiental: <ul style="list-style-type: none"> » Productos certificados » Productos calificados » Productos en vías de mejora » Productos con distintivos sociales o ambientales (Amigo del delfín, 1% for the planet; Pesca Sostenible y ESR) 	$\overline{0.66}$	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación in situ del etiquetado de los productos a granel que se ofrecen en los supermercados.
<p>Subtotal</p>	<p>2.00</p>	

¹² Esta condición es evaluada a partir del promedio del puntaje asignado a cada producto pesquero que es ofrecido en los supermercados / segmentos /sucursales de cada grupo minorista. Cada una de las características que considera esta condición son evaluadas en igual proporción; es decir 0.07 (el cual es el resultado de dividir 0.33 entre los cinco aspectos evaluados) por cada característica cumplida. Particularmente, los sellos de responsabilidad social y/o ambiental se evalúan gradualmente dependiendo del tipo de estándar: los productos certificados (0.07) tienen un puntaje más alto que los productos calificados (0.051), en vías de mejora (0.034) y con distintivos sociales o ambientales (0.017). Para mayores detalles ver los resultados de las [Matrices de Evaluación](#).

¹³ Cada una de las características que considera esta condición son evaluadas en igual proporción; es decir 0.11 (el cual es el resultado de dividir 0.66 entre los seis aspectos evaluados) por cada característica cumplida. Particularmente, los sellos de responsabilidad social y/o ambiental se evalúan gradualmente dependiendo del tipo de estándar: los productos certificados (0.11) tienen un puntaje más alto que los productos calificados (0.084), en vías de mejora (0.056) y con distintivos sociales o ambientales (0.028). Para mayores detalles ver la [Matrices de Evaluación](#).

Condiciones y valores de referencia de 'Incidencia para la Sostenibilidad'		Medios de verificación
a. El minorista propicia el <i>aprovechamiento</i> sostenible involucrándose en Proyectos de Mejora Pesquera (FIP) o Proyectos de Mejora de la Acuicultura (AIP) o bien trabajando con productores, OSC y otros grupos para promover la pesca sostenible.	0.66	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de páginas web oficiales. • Revisión de documentos públicos que avalen la ejecución de acciones, estrategias, programas, que propicien el aprovechamiento, comercialización y consumo sostenibles. • Verificación in situ de los productos a granel que se ofrecen en los supermercados.
b. El minorista propicia la <i>comercialización</i> sostenible de los productos pesqueros, al no comprar especies que se encuentran en la NOM-059-SEMARNAT-2010 y NOM-017-PESC-1994.	0.66	
c. El minorista propicia el <i>consumo</i> sostenible de los productos pesqueros incentivando a sus clientes a consumir pescados y mariscos de origen sostenible.	0.66	
Subtotal	2.00	
Condiciones y valores de referencia de 'Derechos humanos y laborales'		Medios de verificación
a. El minorista cuenta con políticas laborales e instrumentos que promueven el acceso a la seguridad y bienestar laboral de sus trabajadores, tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Políticas y manuales de seguridad e higiene. • Programas de capacitación para la prevención de riesgos asociados a la manipulación y transformación de pescados y mariscos. 	0.33	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de páginas web oficiales. • Revisión de documentos públicos sobre la seguridad y bienestar laboral.
b. El minorista cuenta con políticas y mecanismos que promueven condiciones laborales con equidad a todas las personas sin importar su género, edad, etnia, discapacidad, condición social, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra condición que atente contra la dignidad humana, tales como: <ul style="list-style-type: none"> • Compromisos contra la discriminación laboral. • Iniciativas para identificar las necesidades y prioridades específicas de las personas que laboran en la empresa. • La existencia de protocolos para la atención integral de casos de violencia por razones de género. 	0.33	
b. Cuenta con distintivos de Responsabilidad Social Empresarial (ESR).	0.33	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de la lista de empresas que cuentan con el Distintivo ESR: https://www.cemefi.org/resultadosesr/
Subtotal	1.00	

Condiciones y valores de referencia de 'Impacto ambiental'		Medios de verificación
a. El minorista cuenta con al menos una iniciativa que busque reducir el desperdicio de alimentos.	0.33	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de páginas web oficiales. • Revisión de documentos públicos sobre las iniciativas que lleva a cabo la empresa para reducir su impacto ambiental.
b. El minorista cuenta con al menos una iniciativa que busque reducir el uso de envases y plásticos en el embalaje de alimentos.	0.33	
c. El minorista cuenta con al menos una iniciativa para el uso de energía renovable o procesos de eficiencia energética.	0.33	
Subtotal	1.00	
Total	10.00	

Se recopiló evidencia fotográfica de los productos ofrecidos (enlatados, empaquetados y a granel). A partir de la información obtenida se asignó una calificación a cada uno de los aspectos evaluados por este criterio, en función del cumplimiento de los requerimientos legales y de la claridad y completitud de la información.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para la evaluación de los criterios anteriormente señalados se utilizaron los siguientes métodos de investigación:

a. Análisis de contenido de las páginas web:

El análisis de contenido es un método que permite extraer información relevante de material documental disponible en las páginas web de las empresas. Consiste en valorar los criterios a partir de la revisión de los documentos que se encuentran publicados en las páginas web de las empresas tales como informes, reportes y anuncios que se brindan al público en general.

b. Verificación in situ:

La verificación *in situ* es un método que ayuda a confirmar y validar de manera directa la información mediante la inspección física. Es una herramienta muy útil para asegurar la precisión y autenticidad de los datos. El criterio *Etiquetado* es evaluado a partir de este método por medio de visitas a las áreas de comercialización de pescados y mariscos de los diecisiete supermercados sujetos de evaluación¹⁴. Estas visitas se realizaron principalmente en supermercados ubicados en la Ciudad de México, Morelos, Tijuana y Querétaro, y se confirmó su oferta en las tiendas en línea¹⁵.

c. Aplicación de entrevistas:

Las entrevistas es un método de investigación a través del cual se puede recopilar información complementaria a la encontrada en el análisis de las páginas web y en las verificaciones *in situ*, así como obtener retroalimentación y opiniones para profundizar en algún un tema que no haya quedado claro. Para el caso de este estudio se envió al minorista una carta de invitación para participar en el proceso de evaluación, respetando la decisión o no del minorista de participar en él.

NOTA IMPORTANTE: Las evaluaciones preliminares fueron compartidas con todas las empresas minoristas evaluadas para su retroalimentación. En aquellos casos en los que el minorista no retroalimentó los resultados o bien no accedió a contribuir con información complementaria, se consideró SOLAMENTE la información asequible al público. Por lo anterior, se reconoce la posibilidad de que en algunos casos las calificaciones de los minoristas reflejen una situación inferior a la realidad.

¹⁴ A partir de observar los productos enlatados o envasados, congelados o granel que se encuentran disponibles al público, se evalúa si su etiqueta o presentación cumple con los estándares normativos de etiquetado y que contengan información adicional que permita a los consumidores realizar una decisión de compra informada.

¹⁵ A pesar de que se reconocen variaciones en los productos que se ofrecen a granel en las diferentes regiones del país, estas no representan un cambio significativo en los resultados de la evaluación.

RESULTADOS



GRUPO WALMART 6.86/10.00

Formatos de negocio evaluados: Bodega Aurrera, Walmart, Walmart Express y Sam 's Club.

Distribución en México: Grupo Walmart actualmente cuenta con 1,202 unidades en toda la República Mexicana, distribuidas en 627 Bodega Aurrera; 305 Hipermercados Walmart; 102 Supermercados Walmart Express; y 168 Sam 's Club.

1. Abastecimiento Sostenible | 1.90/2.00

En 2020 Grupo Walmart hizo público su *Compromiso con la Sustentabilidad de los Productos Pesqueros* tanto silvestres como de cría. Posteriormente, en su *Informe anual 2022* y en su *Política de Capital Natural*, la empresa se propone como meta para el 2025 que el 100% de sus productos pesqueros, incluyendo frescos, congelados y el atún enlatado, provengan de fuentes sustentables, de acuerdo con los estándares BAP, MSC o equivalentes, o bien, que cuenten con un Proyecto de Mejora Pesquera. En 2022, se reportó que el 89% de los pescados y mariscos cuenta con alguna certificación o están involucrados en un Proyecto de Mejora Pesquera, y que el 100% del atún enlatado cuenta con la certificación MSC. Sin embargo, estas cifras y la meta establecida en el compromiso aplican exclusivamente a las marcas propias del grupo¹⁶.

2. Trazabilidad | 1.50/2.00

En sus procesos de compra, Grupo Walmart solicita a sus proveedores *facturas de compra con el folio de los avisos de arribo/ cosecha asociados* para garantizar la trazabilidad y prevenir la comercialización de productos procedentes de la pesca INDNR. No obstante, la información no incluye copia de las guías de pesca¹⁷ con lo cual podrían complementar su sistema de trazabilidad¹⁸.

En su página web se publican los *Requerimientos para auditorías*. En ellos se estipula que los proveedores de Walmart México deben presentar reportes vigentes de auditorías. Para el caso de los pescados y mariscos se mencionan los siguientes:

- *Requerimientos de Seguridad Alimentaria para proveedores de alimentos y bebidas*,
- *Responsible Sourcing*.
- *Supply Chain Security*.

3. Etiquetado | 0.80/2.00

Para este criterio se analizaron 186 productos que son ofrecidos en las diferentes tiendas de autoservicio de este minorista: 97 enlatados y envasados, 56 congelados y 33 a granel.

De los 97 productos **enlatados y envasados** se encontró que el 100% de ellos cumplen con los lineamientos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010¹⁹. En cuanto a la información adicional que estos productos ofrecen en su etiqueta, se observó que 44 (45.36%) de ellos cuentan con algún sello de responsabilidad social y/o ambiental. El nombre científico de la(s) especie(s) se puede encontrar en 39 (40.21%); y un producto menciona el método de captura. Ninguno de ellos menciona si es de pesca silvestre o cultivo y el origen geográfico.

De los 56 productos **congelados** ofrecidos por Grupo Walmart, 100% cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²⁰. Dentro de la información adicional que se proporciona en la etiqueta de este tipo de productos, está que 34 (60.71%) de ellos cuentan con el nombre científico de la(s) especie(s); 17 (30.36%) indican si es de pesca silvestre o cultivo; y 21 (37.50%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. De estos últimos, 12 son productos certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos (ASC y BAP).

¹⁶ Información recabada en entrevista realizada el 31 de octubre de 2023 al corporativo de Grupo Walmart. ¹⁷ Este documento respalda el transporte de productos pesqueros vivos, frescos, enhielados o congelados, ya sea por vía terrestre, marítima o aérea, provenientes de la acuicultura o pesca (Conapesca, 1999). ¹⁸ Cuestionario en línea contestado por el Especialista en Compras de Pescados y Mariscos de Grupo Walmart México el 28 de noviembre de 2023. ¹⁹ La Norma tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información. ²⁰ Idem.

Finalmente, de los 33 productos a **granel** evaluados se encontró muy poca información que se ofrece al consumidor. Solo dos productos indicaron el país de origen, uno indica el nombre científico de la especie, uno que es de cultivo y uno que es un producto certificado.



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 0.67/2.00

No se encontró evidencia sobre la incidencia del Grupo Walmart en el **aprovechamiento sostenible**. Es decir, no existe información que respalde la participación de este minorista en proyectos destinados a mejorar la pesca y acuicultura a través de su involucramiento con productores u Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).

Respecto del apoyo a una **comercialización sostenible** con la no venta de especies protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010 y especies exclusivas de la pesca deportiva de la NOM-017-PESC-1994, se identificaron algunos casos que “podrían” estar en las listas de estas normas. Principalmente, se trata de dos productos enlatados que contienen especies que, por su nombre común, podrían pertenecer a la NOM-059 y de seis productos a granel que no cuentan con información de la especie que permita constatar que no se trata de especies prohibidas.

Con su **Política de Productos Pesqueros Sostenibles**, Grupo Walmart se compromete a “informar y sensibilizar a los asociados y clientes sobre la

sustentabilidad de los productos pesqueros que venden”. No obstante, este compromiso de fomento de un **consumo sostenible** no pudo ser verificado en ninguna de sus tiendas.

5. Derechos humanos y laborales | 1.00/1.00

Grupo Walmart cuenta con una **Política de Salud y Seguridad** con la que se compromete a cumplir con todas las regulaciones y Leyes de Salud y Seguridad.

En 2021 firmó la Declaración de San José en Costa Rica en el marco de su programa de diversidad e inclusión. Además, cuenta con una declaración de derechos humanos propia que establece un código de ética hacia los clientes, así como las bases para la integración de su equipo de trabajo de forma incluyente y con responsabilidad social.

En su **Política de Capital Natural** la empresa manifiesta su preocupación por las personas que forman parte de la cadena de suministro, así como de la industria pesquera en general, considerando aspectos como la contratación y el trato ético de los trabajadores. Por lo anterior, Grupo Walmart ha sido acreditada como una **Empresa Socialmente Responsable**.

6. Impacto Ambiental | 1.00/1.00

De acuerdo con el **Informe Anual (2022)**, Grupo Walmart cuenta con la “Estrategia Cero Residuos”, en el marco del cual se han realizado acciones para la prevención, reciclaje, donación, disposición y reuso de residuos. También cuenta con la iniciativa **Imperfectas, pero buenas**, la cual busca transformar los hábitos de consumo para reducir el desperdicio de alimentos.

La empresa se ha comprometido a disminuir el impacto ambiental de los empaques de sus marcas propias, según se indica en el apartado de **Economía Circular** de su página oficial. Para el año 2025, busca que todos los empaques de sus marcas sean 100% reciclables, reutilizables o compostables. Además, cuenta con el programa **Reciclamos Evolucionando**, que tiene como objetivo recuperar y reintegrar materiales reciclables en nuevos ciclos de valor.

Según el **Informe Anual** de 2022, el 62.4% del consumo total de energía de las tiendas de Walmart México, proviene de fuentes renovables. Como parte de su **estrategia** para mitigar el cambio climático busca alcanzar el 100% de abastecimiento de energía renovable para 2035.



COSTCO WHOLESALE MÉXICO

6.31/10.00

Formatos de negocio evaluados: Costco Wholesale de México.

Distribución en México: Costco Wholesale cuenta con 41 tiendas en México.

1. Abastecimiento Sostenible | 1.60/2.00

Costco Wholesale cuenta con un *Compromiso de Sustentabilidad* donde se compromete a abastecerse de productos del mar sostenibles, específicamente para la marca Kirkland Signature. Esto incluye productos de pesca silvestre certificados por el MSC o de proyectos de mejora pesquera (FIP), y productos de acuicultura de granjas certificadas por el ASC o proyectos de mejora acuícola (AIP). Según los indicadores clave, la empresa buscaba alcanzar el 63.5% de productos de pesquerías certificadas por el MSC y 44% de granjas certificadas por el AIP para el año 2022. Aunque el compromiso es público, no se proporciona información específica para Costco Wholesale México.

2. Trazabilidad | 1.00/2.00

Costco ha establecido un *Código de Conducta* para sus proveedores, el cual exige que estos tengan la capacidad de rastrear todos los componentes o ingredientes de sus productos hasta su origen, cubriendo cada fase de la cadena de suministro. Además, se espera que proporcionen la documentación necesaria para demostrar el cumplimiento tanto del Código de Conducta como de las leyes y regulaciones pertinentes.

Con el fin de corroborar esta información, la empresa se reserva el derecho a auditar cualquier instalación involucrada en la producción, procesamiento o recolección de productos destinados a la empresa. Sin embargo, en relación con los proveedores de pescados y mariscos, no se ha logrado obtener información detallada de la empresa

acerca de los documentos específicos y auditorías realizadas para verificar la legal procedencia de los productos adquiridos.

3. Etiquetado | 1.05/2.00

Costco Wholesale México obtuvo la calificación más alta en este criterio, alcanzando una puntuación de 1.05 sobre 2.00. Se evaluaron un total de 42 productos, incluyendo 15 productos enlatados y envasados, 20 productos congelados y 7 productos a granel.

Para los 15 productos **enlatados y envasados** evaluados se verificó que la totalidad de ellos (100%) cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²¹. En lo que respecta a la información adicional que se encuentra en las etiquetas de estos productos, se observó que ocho de ellos, es decir, el 53.33%, indican el nombre científico de la(s) especie(s). Además, otros ocho (53.33%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. De estos últimos, dos pertenecen a la marca Kirkland Signature y se destacan por incluir un código QR que remite a páginas con información detallada acerca de las certificaciones que respaldan sus productos, siendo una de estas la certificación ASC. Siete (46.67%) productos indican si provienen de pesca silvestre o de cultivo, y tres (20%) mencionan el método de captura o cultivo.

Se examinaron 20 productos **congelados** ofrecidos por Costco Wholesale México. Todos ellos (100%) cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos por la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²². Es relevante destacar que en 14 de los productos evaluados, es decir, el 70% de ellos se menciona el nombre científico de la(s) especie(s). Además, se identificaron 12 productos (60%) que especifican si provienen de pesca silvestre o cultivo, y otros seis (30%) que cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. Entre estos últimos, tres están certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos. Finalmente, se identificó que únicamente dos productos (10%) proporcionan información sobre su método de captura o cultivo, y uno (5%) acerca de su origen geográfico.

En la evaluación de los siete productos a **granel**, destaca que en seis (85.71%) de ellos se proporciona información sobre su país de origen; y en otros cinco (71.43%) se indica si provienen de pesca silvestre o de cultivo. Esta información se encuentra disponible en los estantes de la sección de pes-

²¹ La Norma tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información. ²² Idem.

cados y mariscos frescos que se venden a granel, siendo de las mejores prácticas que se encontraron en los productos a granel evaluados.



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 1.17/2.00

De acuerdo con el documento *Seafood & Aquaculture*, Costco promueve el **aprovechamiento sostenible** de los productos pesqueros mediante su colaboración en proyectos de mejora pesquera ayudando a los productores para que cumplan con los estándares MSC.

Costco Wholesale México promueve la **comercialización sostenible** evitando la venta de especies protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010 y las exclusivas de la pesca deportiva según la NOM-017-PESC-1994. Solo se identificó un caso dentro de los productos congelados que “podría” estar enlistado en la NOM-059. Esto es porque no se pudo confirmar si su origen es de pesca silvestre o de cultivo. Por otro lado, es relevante destacar que el 100% de los productos a granel ofrecidos por el minorista especifican la denominación de las especies, lo que permitió verificar que se trata de productos legales.

Por último, no existe información pública para Costco Wholesale México sobre la puesta en marcha de acciones de incidencia para propiciar un **consumo sostenible** de pescados y mariscos.

5. Derechos humanos y laborales | 0.50/1.00

Costco Wholesale se compromete a proporcionar un entorno laboral seguro y saludable, siguiendo su *Código de Ética* y respetando los estándares internacionales como la Declaración de la OIT. No obstante, no se encontró información específica sobre las políticas y manuales de seguridad e higiene de la empresa.

Además, Costco cuenta con un *compromiso de sostenibilidad en relación con los derechos humanos*, implementando programas específicos para sus empleados y las personas que laboran a lo largo de la cadena de suministro. Destaca su *Código de Conducta de Proveedores* global, basado en estándares internacionales y orientado a proteger los derechos humanos en la cadena de suministro. La empresa también se compromete activamente con la *inclusión*, implementando diversas iniciativas de diversidad, equidad e inclusión para garantizar un ambiente de trabajo de respeto y libre de acoso y discriminación laboral. A pesar de lo anterior, Costco Wholesale México no cuenta con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por el Cemefi.

6. Impacto Ambiental | 1.00/1.00

De acuerdo con el documento *Minimizing Waste*, Costco Wholesale México implementa programas para reducir el desperdicio de alimentos y otros materiales, tales como donaciones, digestión anaeróbica, reciclaje, compostaje y alimentación animal. En México, el *Global Waste Report 2023* informa que 2,701.35 ton fueron destinadas a donaciones, 645.55 ton al renderizado de carne y 31.11 ton a la reutilización del aceite de cocina. En *alianza con Smurfit*, la empresa ha reducido significativamente su impacto ambiental, mediante el reciclaje de cartón y plasto.

Además, la empresa emplea un sistema de medición de energía para incrementar su eficiencia en todas las sucursales de México, y ha instalado iluminación LED desde el 2018, logrando ahorros del 18%. Finalmente, Costco también trabaja con sus proveedores para que generen energía limpia y reducir de esta manera la emisión de CO².



GRUPO CHEDRAUI

5.97/10.00

Formatos de negocio evaluados: Tienda/Súper Chedraui, Chedraui Selecto.

Distribución en México: Grupo Chedraui cuenta con 281 sucursales en el formato de Tienda/Súper Chedraui en México, dentro de las cuales 42 corresponden al formato Selecto.

1. Abastecimiento Sostenible | 1.00/2.00

En la sección de Pesca Sustentable de la página de *Sustentabilidad* y el *Informe Anual 2022* de la empresa, se destaca el compromiso adquirido desde 2020 por la cadena minorista de abastecerse preferentemente de pescados y mariscos sustentables provenientes de pesquerías o granjas certificadas bajo estándares reconocidos globalmente, calificadas por la guía Seafood Watch o de pesquerías o granjas que formen parte de un proyecto de mejora pesquera o acuícola (FIP/AIP).

La empresa se presenta como la primera cadena de supermercados en América Latina en adoptar una política de compra para productos pesqueros sustentables. Sin embargo, es relevante señalar que dicho documento no está disponible públicamente en sus páginas oficiales.

2. Trazabilidad | 1.50/2.00

En el apartado de *Proveedores Chedraui* de la página oficial de la empresa, y en el de Proveeduría Responsable del *Informe Anual 2022*, Chedraui exige a sus proveedores documentación que respalde la legalidad y cumplimiento normativo de sus productos. Sin embargo, no se pudo corroborar con la empresa el tipo de documentos que solicitan a los proveedores de pescados y mariscos para verificar la legal procedencia de los productos adquiridos.

Respecto a la realización de auditorías in situ a sus proveedores, en la página de *Proveedores Chedraui* y en el *Informe Anual 2022*, la empresa menciona que realiza auditorías periódicas para verificar el cumplimiento de normativas relacionadas con la calidad, inocuidad, y otras como FSSC22000, ISO 22000, SQF, BRC, y estándares específicos de la industria.

3. Etiquetado | 0.81/2.00

Grupo Chedraui obtuvo una calificación de 0.81 en este aspecto. Se evaluaron 175 productos que se encuentran en las tiendas de Chedraui y Chedraui Selecto, distribuidos de la siguiente manera: 95 productos enlatados y envasados, 44 productos congelados y 36 productos a granel.

De los 95 productos **enlatados y envasados** se determinó que el 100% de ellos cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²³.

En cuanto a la información adicional proporcionada a los consumidores para fomentar una compra responsable, se observó que 45 (47.37%) de estos productos indican el nombre científico de la(s) especie(s). Otro aspecto significativo en los productos enlatados y envasados ofertados por Grupo Chedraui fue la presencia de sellos relacionados con responsabilidad social y/o ambiental. Se encontró que 26 (27.37%) de estos productos cuentan con distintivos. No obstante, no se identificaron sellos correspondientes a certificaciones internacionalmente reconocidas. Solo nueve (9.47%) productos especifican si provienen de pesca silvestre o de cultivo, mientras que cinco (5.26%) mencionan el origen geográfico y dos (2.11%) el método de captura.

Se analizaron 44 productos **congelados** ofrecidos por Grupo Chedraui en sus diferentes formatos de tienda de autoservicio. El 95% cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²⁴. Únicamente se detectaron dos productos que no proporcionan información sobre su país de origen. Respecto a la información adicional, cabe resaltar que en 38 de los productos evaluados, es decir, el 86.36% menciona el nombre científico de la(s) especie(s). Asimismo, se encontraron nueve productos (20.45%) que especifican si provienen de pesca silvestre o cultivo, y otros nueve (20.45%) que cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. De estos últimos, cinco

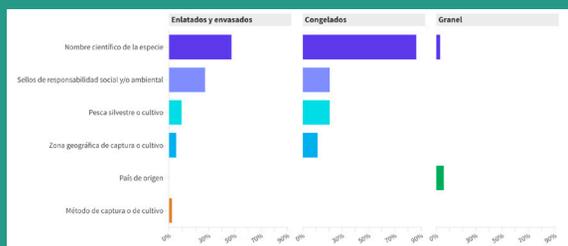
²³ La Norma tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información. ²⁴ Idem.

son productos certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos. Por último, se observó que sólo cinco (11.36%) productos cuentan con información sobre su origen geográfico.

De los 36 productos a **granel** evaluados, únicamente uno (2.78%) menciona el nombre científico de la especie, mientras que dos (5.56%) especifican su país de origen.



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 1.00/2.00

En la pestaña de **Sustentabilidad**, de la página oficial de Grupo Chedraui, se menciona que la empresa, en colaboración con Smart Fish A.C., analizó su portafolio de productos pesqueros para evaluar los posibles impactos ambientales, y de esta manera propiciar un **aprovechamiento sostenible** de pescados y mariscos.

Respecto de la incidencia de este minorista con la **comercialización sostenible**, restringiendo la venta de especies protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010 y las exclusivas de la pesca deportiva según la NOM-017-PESC-1994, se identificaron algunos casos que “podrían” estar en estas condiciones. En la evaluación de productos enlatados y a granel, se identificaron tres productos cuyas especies podrían encontrarse dentro de la NOM-059. Además, se halló un producto a granel cuya procedencia legal no pudo ser confirmada debido a la falta de información sobre la especie en cuestión.

Por último, en cuanto a su incidencia en el **consumo sostenible**, se observa que Grupo Chedraui aún no implementa iniciativas específicas para motivar a sus clientes a consumir pescados y mariscos de origen sostenible.

5. Derechos humanos y laborales | 0.67/1.00

En el apartado **“Nuestra Gente”** e **Informe Anual 2022**, se describen las políticas laborales e instrumentos que promueven la seguridad y bienestar laboral de las personas que trabajan en el área de pescados y mariscos. Se destacan acciones como la Comisión de Seguridad e Higiene, sindicatos que fomentan la salud y capacitación en seguridad. Además, en la sección de **Diversidad de Género e Inclusión**, la empresa se compromete a no discriminar a sus clientes ni empleados por ninguna razón. En el 2019, se sumó a la Estrategia de Igualdad de Género de la ONU, obteniendo reconocimiento de Bloomberg en 2021 por equidad e igualdad de género. Finalmente, la empresa no cuenta con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) por parte de la Cemefi.

6. Impacto Ambiental | 1.00/1.00

De acuerdo con la página de **Sustentabilidad** Grupo Chedraui ha implementado medidas para reducir el impacto ambiental del desperdicio de alimentos, donando productos no aptos para la venta a instituciones autorizadas. Además, la empresa trabaja en la reducción del uso de plásticos y unicef, sustituyendo gradualmente las charolas por materiales sostenibles como el PET. En términos de energía, el corporativo se abastece en un 77% de energía solar y eólica, y utiliza equipos refrigerantes de bajo impacto GWP (Global Warming Potential).



H-E-B | HOWARD EDWARD BUTT GROCERY COMPANY

4.15/10.00

Formatos de negocio evaluados: H-E-B

Distribución en México: La empresa cuenta con 57 tiendas H-E-B distribuidas en estados de la zona noreste de México. Particularmente existen 8 en Coahuila, 27 en Nuevo León, 9 en Tamaulipas, 4 en San Luis Potosí, 2 en Aguascalientes, 4 en Guanajuato y 3 en Querétaro.

1. Abastecimiento Sostenible | 0.33/2.00

De acuerdo con el apartado de “Pesca Sustentable” de la pestaña de *Responsabilidad Social* de H-E-B, los productos marinos de la empresa provienen de una red comprometida con la comunidad y la sostenibilidad de los océanos, cumpliendo con las regulaciones pesqueras en México. Sin embargo, no se detallan los estándares de sustentabilidad ni la proporción de productos sustentables con relación al total de pescados y mariscos ofrecidos.

2. Trazabilidad | 0.00/2.00

No existen documentos o registros que permitan a los consumidores conocer cómo H-E-B asegura la legal procedencia de los pescados y mariscos que vende en sus supermercados. Tampoco se ofrece un canal de comunicación con el consumidor que desee conocer dicha información.

3. Etiquetado | 0.81/2.00

Las tiendas H-E-B obtuvieron una calificación de 0.81. Se analizaron 193 productos pesqueros que son ofertados en sus diferentes tiendas de auto-servicio: 85 enlatados y envasados, 67 congelados y 41 a granel.

De los 85 productos **enlatados y envasados** analizados, el 100% cumple con los lineamientos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²⁵. Asimismo, 37 (43.53%) de estos productos indican el nombre científico de la(s) especie(s); y 36 (42.35%) cuentan con algún sello de responsabilidad social y/o ambiental. Dentro de estos no se identificaron productos calificados o certificados por estándares internacionalmente reconocidos. De los productos enlatados y envasados se identificaron dos que indican si es de pesca silvestre o cultivo; y uno que muestra el método de captura o cultivo. Este último en particular destaca al ser de los pocos productos evaluados de este tipo que cuentan con dicha información.

De los 67 productos **congelados** analizados para H.E.B. el 95.52% cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010²⁶, ya que se encontraron tres casos en los que se omite el país de origen.

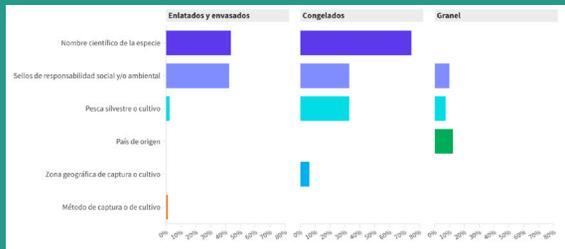
En cuanto a la información adicional a la norma identificada en las etiquetas de estos productos, se observó que 50 (74.63%) cuentan con el nombre científico de la(s) especie(s); 22 (32.84%) indican si es de pesca silvestre o cultivo; y 22 (32.84%) de ellos cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. De estos productos, uno proviene de un FIP y nueve son productos certificados por estándares reconocidos como el BAP y el Fair Trade. Finalmente, se encontró que 4 (5.97%) muestran el origen geográfico.

De los 41 productos a **granel** evaluados para H.E.B. cinco (12.20%) de ellos indican el país de origen de la especie; cuatro (9.76%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, y tres (7.32%) mencionan si es de pesca silvestre o cultivo.



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010

¹⁰ La Norma tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información. ²⁶ Idem.



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 1.33/2.00

En el vídeo de [H-E-B Reserva Responsable y Pesca Silvestre](#) la empresa menciona que “trabaja en conjunto con sus proveedores para ofrecer productos de calidad y sustentables”. Sin embargo, no brinda información específica respecto de las iniciativas que llevan a cabo para propiciar el **aprovechamiento sostenible** de los recursos pesqueros.

En relación con la incidencia de este minorista en la **comercialización sostenible** al evitar la venta de especies protegidas por la NOM-059-SEMAR-NAT-2010 y las exclusivas de la pesca deportiva según la NOM-017-PESC-1994, se identificaron algunos casos que “podrían” estar enlistadas en estas normas. En la evaluación de productos enlatados, congelados y a granel, se identificaron cinco especies que, por su nombre común o por la falta de precisión sobre su nombre científico u origen silvestre o de cultivo, podrían pertenecer a la NOM-059.

Para fomentar el **consumo sostenible** de pescados y mariscos, H-E-B realiza *campañas* en sus redes sociales y *YouTube* para difundir información sobre el compromiso de sus marcas (H-E-B Reserva Responsable y H-E-B Pesca Silvestre) de abastecer productos pesqueros considerando el cuidado del medio ambiente y el control de la pesca.

5. Derechos humanos y laborales | 0.67/1.00

En los apartados de “Seguridad y Salud”, y “Nuestro Motor. En H-E-B cada socio cuenta”, del [Informe Anual 2022](#), la empresa describe las políticas laborales e instrumentos que promueven el acceso a la seguridad y bienestar laboral de sus socios, así como las estrategias que lleva a cabo para fomentar condiciones laborales con equidad a todas las personas sin importar su género, edad, etnia,

discapacidad, condición social, religión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra condición que atente contra la dignidad humana. A pesar de lo anterior, H-E-B no cuenta con distintivo de Empresa Socialmente Responsable.

6. Impacto Ambiental | 1.00/1.00

La empresa impulsa la iniciativa *Piensa Verde*, destacando un programa de recolección de merma orgánica en 15 tiendas que, en 2015, recogió 2,300 toneladas de alimentos para animales. Además, el [Informe Anual de 2022](#) resalta el programa “Hambre Cero” para combatir la hambruna mediante la reducción del desperdicio de alimentos.

En términos de reducción de envases plásticos, la empresa ha evitado la tala de 325,547 árboles desde 2015 y avanza hacia la certificación “0 residuos” para 2030, logrando un 91% adicional de reciclaje en 2022. Aunque no se proporcionan datos volumétricos, se destaca el compromiso continuo con prácticas sostenibles.

En relación con el uso de energía renovable, el [Informe Anual de 2022](#) muestra una reducción del 2% en las emisiones de carbono entre 2020 y 2021, evidenciando el compromiso constante de H-E-B con la sostenibilidad y la disminución de su impacto ambiental.



GRUPO SORIANA
2.95/10.00

Formatos de negocio evaluados: Soriana Híper/ Mega Soriana, Soriana Súper, Soriana Mercado y City Club.

Distribución en México: Grupo Soriana opera un total de 700 tiendas en todos los estados de la República Mexicana, distribuidas en 368 Soriana Híper/ Mega Soriana; 131 Soriana Súper; 162 Soriana Mercado; y 39 City Club.

1. Abastecimiento Sostenible | 0.00/2.00

Después de revisar los últimos tres informes anuales incluyendo el de 2022, así como los documentos públicos en su página web, no se logró encontrar un compromiso público de abastecimiento de pescados y mariscos sostenibles con metas medibles.

2. Trazabilidad | 0.50/2.00

El *Convenio Comercial Proveedores Nacionales e Importaciones* de Grupo Soriana establece que los productos sin documentos como facturas, certificados de origen y licencias requeridas por las leyes aplicables, pueden ser rechazados. Esta medida permite al minorista garantizar la legal procedencia de los pescados y mariscos que abastece en sus supermercados. Sin embargo, no hubo respuesta a la solicitud de retroalimentación para contar con evidencia que respalde esta información.

3. Etiquetado | 0.79/2.00

Grupo Soriana obtuvo una calificación de 0.79 en este criterio. Este grupo de minoristas ofrece una gran diversidad de productos pesqueros y acuícolas con más de 251 productos presentes en sus diferentes tiendas de autoservicio: 77 enlatados y

envasados, 99 congelados y 75 a granel.

El 100% de los 77 productos **enlatados y envasados** cumplen con los lineamientos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. De la información adicional a la norma que se encuentra en la etiqueta de estos productos destaca que 57 (74.03%) de ellos cuentan con un sello de responsabilidad social y/o ambiental y que 25 (32.47%) indican el nombre científico de la(s) especie(s). No obstante, ninguno de ellos muestra la zona geográfica de captura o cultivo, si es de pesca silvestre o cultivo, y su método de captura o cultivo.

De los 99 productos **congelados** ofrecidos por Grupo Soriana, casi el 100% cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, pues se encontró un producto que no especifica el país de origen. En cuanto a la información adicional que proporcionan las etiquetas de los productos congelados se encontró que 70 (70.71%) de ellos cuenta con el nombre científico de la(s) especie(s); y 34 (34.34%) de ellos cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. De estos, uno es un producto calificado por el Monterey Bay Watch y diez son productos certificados. Es de destacar que se encontró que 22 (22.22%) de los productos congelados indican si es de pesca silvestre o cultivo y siete (7.07%) muestran el origen geográfico.

De los 75 productos a **granel** evaluados, seis (8%) de ellos indican el país de origen de la especie; dos mencionan si es de pesca silvestre o cultivo; uno menciona el nombre científico de la(s) especie(s); y uno el origen geográfico (zona de captura o cultivo).



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 0.00/2.00

No se encontró información pública sobre las iniciativas que Grupo Soriana está implementando para fomentar el **aprovechamiento y consumo sostenible** de pescados y mariscos.

En cuanto a la abstención de vender especies protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010 y especies exclusivas de la pesca deportiva según la NOM-017-PESC-1994 para apoyar una **comercialización sostenible**, desafortunadamente se identificaron algunos productos que “podrían” estar incluidos en las listas de estas normativas. En el análisis de productos congelados y a granel, se identificó una especie enlistada en la NOM-017, y cuatro productos que, por el nombre común de las especies que contienen, podrían corresponder a la NOM-059. Asimismo, se encontraron 11 productos cuya procedencia legal no pudo ser confirmada debido a la falta de información sobre la especie.

5. Derechos humanos y laborales | 0.67/1.00

De acuerdo con el *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2022* de Grupo Soriana, la empresa destaca por su compromiso con la salud y seguridad laboral, contando con el distintivo **EL-SSA**²⁹ en el 100% de sus sitios de trabajo. En 2023, recibió la certificación “Top Employer” del Top Employers Institute y en 2022 obtuvo la Certificación en la *Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015* en Igualdad Laboral y No Discriminación, alcanzando el nivel Plata. No obstante, la empresa no cuenta con el distintivo ESR, de acuerdo con el Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi).

6. Impacto Ambiental | 1.00/1.00

En su *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (2022)* la empresa asegura llevar a cabo la recuperación de alimentos y mitigar la problemática del desperdicio, donándolos a familias de

escasos recursos mediante su colaboración con la Red BAMX. Además, destaca su labor en la recuperación de subproductos como papel, cartón, aluminio y plásticos, logrando recuperar en 2022 un total de 72,246,241 kg y evitando que 7,759,191 piezas de materiales llegaran a rellenos sanitarios.

Finalmente, la empresa también ha implementado iniciativas relacionadas con el “Consumo y eficiencia energética”, como la búsqueda de nuevas fuentes de suministro energético, la medición de su desempeño energético y la incorporación a fuentes de energías renovables.

²⁹ Programa del Instituto Mexicano del Seguro Social, al cual se inscriben las empresas interesadas en implementar estrategias y acciones para mejorar la salud, seguridad y bienestar de las personas trabajadoras, mediante la creación de Entornos Laborales Seguros y Saludables.

GRUPO LACOMER

GRUPO LA COMER 2.14/10.00

Formatos de negocio evaluados: La Comer, Fresko, City Market y Sumesa.

Distribución en México: Grupo La Comer cuenta con 84 sucursales establecidas en México, las cuales se dividen en 37 tiendas La Comer, 21 Fresko, 13 City Market y 13 Sumesa.

1. Abastecimiento Sostenible | 0.00/2.00

No existe información pública sobre algún compromiso de Grupo La Comer de establecer políticas de abastecimiento de pescados y mariscos de origen sostenible calificados o certificados.

2. Trazabilidad | 0.00/2.00

No se encontró información que permita a los consumidores conocer como la empresa asegura la legal procedencia de los pescados y mariscos que se comercializan en sus supermercados. Tampoco se ofrece un canal de comunicación con el consumidor que desee conocer dicha información.

3. Etiquetado | 0.81/2.00

Grupo La Comer obtuvo una calificación de 0.81 en este aspecto. Destaca como el grupo con el mayor número de productos evaluados, sumando un total de 397 productos disponibles en sus diferentes tiendas de autoservicio. Estos se distribuyen de la siguiente manera: 184 productos enlatados y envasados, 103 productos congelados y 110 productos a granel.

De los 184 productos **enlatados y envasados**, se verificó que la totalidad cumple con los requisitos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010³⁰. En cuanto a la información adicional que ofrece la etiqueta de estos productos, se encontró que 96 (52.17%) productos especifican

el nombre científico de la(s) especie(s). Asimismo, otros 56 (30.43%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, siendo uno de ellos certificado por la MSC. Solo tres productos (1.63%) especifican si provienen de pesca silvestre o de cultivo, uno (0.54%) indica su origen geográfico, y otro (0.54%) detalla el método de captura o cultivo.

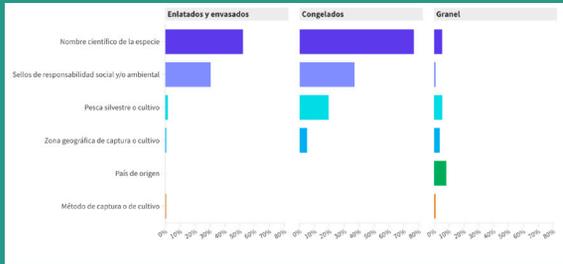
Se analizaron 103 productos **congelados** ofrecidos por Grupo La Comer, de los cuales el 97.09% cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos por la NOM-051-SCFI/SSA1-2010³¹. Se identificaron únicamente tres productos que no brindan información sobre su país de origen. En cuanto a la información adicional que se encuentra en las etiquetas, destaca que en 79 de los productos evaluados, es decir, el 76.70% menciona el nombre científico de la(s) especie(s). Además, se encontraron 38 (36.89%) productos con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. Entre estos, uno está adscrito a un Proyecto de Mejora Pesquera (FIP) y seis están certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos. Adicionalmente, se identificaron 20 (19.42%) productos que especifican si provienen de pesca silvestre o cultivo, y otros cinco (4.85%) que proporcionan información sobre su origen geográfico.

Finalmente, en la evaluación de los 110 productos a **granel**, se observó ausencia de información proporcionada al consumidor en relación con la cantidad de productos ofertados. No obstante, cabe destacar que se identificaron seis (5.45%) productos que indican el nombre científico de la(s) especie(s). Además, de nueve productos (8.18%) con información sobre su país de origen, seis (5.45%) productos que especifican si son de pesca silvestre o de cultivo, cuatro (3.64%) productos detallan su origen geográfico, y únicamente un producto indica el método de captura o cultivo. Adicionalmente, se encontró un sólo producto certificado como BAP.



Información de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010

³⁰ La Norma tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información. ³¹ Idem.



Información adicional a la norma

4. Incidencia para la sostenibilidad | 0.00/2.00

A partir de la revisión de documentos públicos, no fue posible identificar la puesta en marcha de acciones de incidencia para propiciar un **aprovechamiento y consumo** de pescados y mariscos sostenibles.

Con relación a la promoción de una **comercialización sostenible** al evitar la venta de especies protegidas por la NOM-059-SEMARNAT-2010 y especies exclusivas de la pesca deportiva según la NOM-017-PESC-1994, se observaron algunos casos que sí se encuentran dentro de estas normativas y otros que “podrían” estarlo. Dentro de la oferta de productos enlatados y congelados hay tres productos que, por su nombre común, podrían pertenecer a la NOM-059, así como otros nueve a granel que carecen de información sobre la especie u origen de captura o cultivo, lo que imposibilita confirmar su comercio legal. Finalmente, se identificaron dos productos enlatados y uno a granel que contienen especies enlistadas dentro de la NOM-017.

5. Derechos humanos y laborales | 0.67/1.00

Grupo La Comer reafirma su compromiso con normas de seguridad, higiene y salud, de sus colaboradores. Su [Código de ética](#) garantiza el cumplimiento de leyes laborales, promueve una cultura de respeto y busca fomentar un ambiente libre de discriminación y acoso. La empresa prohíbe conductas que afecten la salud psicológica e integridad física, aplicando sanciones según las normativas vigentes y el Reglamento Interno de Trabajo.

6. Impacto Ambiental | 0.67/1.00

De acuerdo con el [Informe Anual 2022](#), Grupo La Comer ha mejorado la gestión de residuos y

optado por el uso de empaques biodegradables. Desde 2018, estableció acuerdos para adquirir energía renovable, suministrando energía eólica y limpia de ciclo combinado a varias sucursales.

De esta manera, la empresa busca reducir la dependencia de combustibles fósiles y mejorar la eficiencia operativa. Además, en 2020 construyó su primera tienda autosuficiente en energía; y para finales de diciembre de 2021, 50 tiendas ya utilizaban energía limpia, cifra que aumentó a 54 en 2022. Finalmente, la empresa sigue comprometida con la reducción de la emisión de refrigerantes, actualizando equipos de refrigeración y demostrando una constante preocupación por prácticas más sostenibles, a pesar de no contar aún con certificaciones ambientales.

CONCLUSIONES

“Del mar al supermercado: La venta de pescados y mariscos sostenibles” es la primera iniciativa que se realiza en México para conocer en qué medida los grandes minoristas que ofrecen pescados y mariscos a los mexicanos adoptan políticas de comercialización social y ambientalmente sostenibles. La primera evaluación realizada durante los meses de septiembre a noviembre de 2023 representa una línea base y refleja a la vez un compromiso todavía incipiente por parte de los grandes minoristas respecto del abastecimiento y comercialización de productos sostenibles del mar, pero con un avance importante hacia el respeto al medio ambiente y a los derechos humanos y laborales de sus trabajadores.

En general se encontró que existen mayores avances en los aspectos globales como es el compromiso para disminuir el impacto ambiental y las políticas laborales para promover el acceso a la seguridad y bienestar de las personas trabajadoras de las empresas minoristas. Sin embargo, hablando de los aspectos particulares que promueven el abastecimiento sostenible, la trazabilidad y el etiquetado con información completa de los productos pesqueros, se encontraron enormes oportunidades de mejora.

Un primer hallazgo es que **todos los minoristas evaluados tienen un compromiso para dismi-**

nuir su impacto ambiental en su operación. En sus páginas web, informes anuales e informes de responsabilidad social y ambiental dan a conocer iniciativas de energía renovable y eficiencia energética como los siguientes: Grupo Soriana mide su desempeño energético; Costco ahorra energía con LED y trabaja con proveedores para generar energía limpia; Grupo Walmart, H-E-B, Grupo Chedraui y Grupo La Comer usan energía renovable en sus operaciones y cuentan con estrategias para la disminución de emisiones de gases refrigerantes y de CO2.

Asimismo se observa que todos los minoristas cuentan con acciones para la reducción de uso y reciclaje de plásticos y otros materiales. Algunos ejemplos son los siguientes: Grupo Walmart cuenta con el programa “Reciclamanía evolucionada” para la recuperación y reintegración de materiales reciclables; Grupo Soriana tiene un programa de aprovechamiento de materiales para reciclaje; Costco tiene un convenio con Smurfit Kappa para el reciclaje de cartón y plasto; Grupo Chedraui cuenta con un programa de reducción de plásticos y unice; H-E-B tiene centros de acopio y un programa de reciclaje en sus tiendas; y Grupo La Comer participa en la recolección, reuso y reducción de productos de desecho.

También existe un compromiso en la mayoría de los minoristas de disminuir el desperdicio de alimentos. Por ejemplo, Grupo Walmart tiene la campaña de “Imperfectas pero Buenas”; Costco realiza un reporte global con información sobre el número de toneladas de alimentos y otros materiales que se destinan a donaciones, reciclaje, compostaje y alimentación animal para disminuir su desperdicio; Chedraui cuenta con una política de donación de alimentos a las familias mexicanas de escasos recursos; y H-E-B cuenta con un programa de recolección de merma orgánica para alimento animal y un programa llamado “Hambre Cero” para combatir la hambruna.

Adicionalmente es de reconocerse que **todos los minoristas evaluados cuentan con políticas laborales e instrumentos que promueven el acceso con equidad a la seguridad y bienestar de las personas que trabajan en sus empresas.** Cabe destacar que Grupo Walmart cuenta con una Política de Capital Natural donde manifiesta su preocupación por la contratación y trato ético de las personas que forman parte de la cadena de suministro en el que se menciona particularmente a la industria pesquera. Además es el único minorista con el distintivo de empresa socialmente responsable que otorga el CEMEFI. También resalta el Código de Conducta de Proveedores global de Costco Wholesale, a través del cual se busca proteger los derechos humanos en la cadena

de suministro.

Así también, **algunos minoristas hacen públicas sus políticas o prácticas para abastecerse de productos pesqueros de origen sostenible.** Grupo Walmart y Costco cuentan con compromisos y/o políticas con metas que indican el porcentaje de productos pesqueros de origen sostenible avalado por estándares internacionales con una fecha meta de cumplimiento (aplicables a sus marcas propias). Grupo Chedraui y H-E-B también mencionan en sus páginas web su compromiso de abastecimiento de productos pesqueros de origen sostenible, aunque no especifican metas claras sobre el tiempo y la cobertura de su compromiso.

Un aspecto nodal para asegurar la legal procedencia de los productos del mar es contar con un buen sistema de trazabilidad desde que los productos son capturados o cosechados, luego transformados, transportados y hasta llegar al consumidor final. Sin embargo, **pocos minoristas brindan información al público respecto de los procesos que realizan para que los consumidores conozcan que los productos que están comprando son legales y cumplen con los lineamientos normativos.** Respecto a este criterio, ninguno de los minoristas divulga públicamente un diagrama de trazabilidad que especifique los requisitos que solicitan a sus proveedores de pescados y mariscos para verificar la legalidad de los productos. Sin embargo, Grupo Walmart, Grupo Soriana, Grupo Chedraui o Costco proporcionan información en sus páginas oficiales sobre los reportes de auditorías y directrices generales que sus proveedores deben seguir, asegurando el cumplimiento de sus estándares y de las regulaciones legales aplicables.

Respecto de la información que el etiquetado de los productos pesqueros brindan a los consumidores se puede decir que **en México se han hecho grandes esfuerzos para que en el etiquetado se brinde información básica a los consumidores sobre el origen de los productos alimenticios; sin embargo, para el caso de los pescados y mariscos esta información es insuficiente para hacer una compra responsable.** Por medio de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 se obliga a los proveedores incluir en los alimentos pre-envasados (enlatados, envasados y congelados) el nombre o denominación de la especie, el país de origen, así como la identificación del lote, con la que se puede saber más sobre el origen y la fecha de envasamiento del producto. Al ser una norma, se observa que **todos los productos pre-envasados**

que se ofrecen en los supermercados cumplen con la información básica requerida en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, pero al ser una normativa que no regula los productos a granel, en este tipo de productos generalmente no se encuentra información sobre la(s) especie(s) comercializadas y su origen. Ello implica un riesgo para la comercialización de productos procedentes de la pesca INDNR. Un caso excepcional se observó en la oferta de mojarra de la marca Regal Springs ofertada en Grupo Walmart y City Market de Grupo La Comer, la cual añade el código QR y/o página de la empresa donde se brinda información sobre el origen del producto y las certificaciones con las que este cuenta.

Por otro lado, se encontró que **algunos productos que se ofrecen en los supermercados ofrecen información relevante para que el consumidor pueda realizar una decisión de compra responsable, como lo es el nombre científico de la especie, el origen geográfico, si el producto es de pesca silvestre o cultivo, el método de captura o cultivo, así como sellos de distintivos de responsabilidad social y/o ambiental.** Algunas marcas que ofrecen información adicional de utilidad para el consumidor son las siguientes:

a. En enlatados y envasados

Frinsa La Conservera, Safe Catch, Foncardè Gourmet, Kirkland Signature.

b. En congelados

Del Pacífico Seafoods, Todo Marisco, Regal Springs, Marativa, Marketside, H-E-B Reserva Responsable, Escal, SeaFrost, Salt & Sky.

c. A granel

Regal Springs, Netmar, Noriberica, Qualy Pak, Kikland Signature.

Proporcionar información adicional en el etiquetado de pescados y mariscos, no sólo permite a los consumidores tomar una decisión de compra informada y consciente, sino que también fomenta prácticas de abastecimiento y comercialización más transparentes, legales, éticas y sostenibles a lo largo de la cadena de suministro.

A pesar de que el etiquetado no es una responsabilidad directa de los minoristas, se considera como una gran oportunidad que éstos exijan a sus proveedores información adicional como la anteriormente señalada; y particularmente, para el caso de los productos a granel, se otorgue información similar a los productos pre-envasados para evitar la posible comercialización de productos de origen ilegal.

Finalmente, **existe una oportunidad para que los minoristas realicen actividades adicionales para incidir en el aprovechamiento, comercialización y consumo sostenible de los productos pesqueros**. Algunos ejemplos son los siguientes:

a. En la fase de **aprovechamiento** Grupo Chedraui tiene una alianza con SmartFish para conocer los potenciales impactos ambientales asociados a los productos que compran y ofrecen a sus clientes; H-E-B trabaja en conjunto con sus proveedores para ofrecer productos sustentables; y Costco colabora en proyectos de mejora pesquera para que sus proveedores logren cumplir los estándares MSC.

b. En materia de **comercialización** destaca el caso excepcional de Costco Wholesale México, el cual ofrece información del nombre común de las especies de todos sus productos, con lo cual se puede verificar el cabal cumplimiento de la NOM-059-SEMARNAT-2010 y la NOM-017-PESC-1994 de especies exclusivas de la pesca deportiva. La mayoría de los minoristas comercializan al menos un producto pre-ensado o a granel que no especifica el nombre común o nombre científico de la(s) especie(s); y en el caso de Grupo Soriana y Grupo La Comer se identificó la oferta de marlin y dorado, respectivamente, las cuales son especies exclusivas de la pesca deportiva-recreativa según la NOM-017-PESC-1994.

c. Finalmente, en cuanto a las acciones que incentivan el **consumo** responsable de pescados y mariscos de origen sostenible, se encontró que **H-E-B** realiza una campaña en sus redes sociales para difundir información sobre los tres principios fundamentales de la certificación MSC: la población sostenible de peces, mínimo impacto ambiental y manejo efectivo de pesquerías; y **Grupo Walmart** en su política de productos pesqueros sustentables se compromete a “informar y sensibilizar a los asociados y clientes sobre la sustentabilidad de los productos pesqueros que venden”.

RECOMENDACIONES

1. Hacer explícito su compromiso de abastecimiento de pescados y mariscos de origen sostenible en sus páginas web, informes anuales o informes de responsabilidad social y ambiental con metas e indicadores específicos. En este aspecto, es recomendable que se mencione el porcentaje de los productos sostenibles con respecto al total de los productos ofrecidos, así como la cobertura geográfica o la línea de supermercados

del su grupo que abarca el compromiso.

2. Elaborar un informe público que dé cuenta del avance progresivo del compromiso de abastecimiento sostenible, y en caso de no cumplimiento indicar las razones por las cuales existe la necesidad de modificarlo.

3. Publicar su diagrama de trazabilidad donde se mencionen los documentos solicitados para avalar la legal procedencia de los productos.

4. Exigir a sus proveedores que en las etiquetas se incluya información adicional a la norma que permita al consumidor conocer el origen y manejo de los productos que consume; y de esta manera incidir en la producción sostenible de pescados y mariscos.

5. Exhibir en los estantes en los cuales se ofrecen productos a granel mayor información tales como el nombre científico de la especie, su origen, la denominación social de quien pescó o cultivó el producto, la fecha, y si cuenta con alguna certificación.

6. Contar con alguna certificación por terceros como la de las cámaras de comercio, instituciones o empresas certificadoras como la distinción de Empresa Socialmente Responsable que otorga Cemefi. Esta certificación se caracteriza por su enfoque integral en la evaluación de áreas clave como ética empresarial, cuidado del medio ambiente y vinculación con la comunidad, asegurando de esta manera que las empresas cumplan con estándares rigurosos en diversos aspectos de la responsabilidad social.

7. Propiciar el aprovechamiento, comercialización y consumo sostenible de pescados y mariscos, mediante:

a. Participar activamente en FIPs o AIPs relevantes para las especies que forman parte de su cadena de suministro o crear alianzas estratégicas con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), grupos de interés y otras partes interesadas para fortalecer esfuerzos de mejora pesquera.

b. Adoptar medidas clave para NO comercializar especies de pescados y mariscos que se encuentren dentro de la NOM-059-SEMARNAT-2010 y NOM-017-PESC-1994, tales como: capacitar al personal sobre las listas de especies protegidas establecidas en estas normas, revisar inventarios, colaborar únicamente con proveedores que cumplan con las regulaciones legales, e implementar un etiquetado con información adicional que permita realizar una compra responsable.

c. Proporcionar capacitación y apoyo a proveedores para que adopten prácticas más sostenibles, así

como el cumplimiento de estándares de sostenibilidad reconocidos como: Buenas prácticas de manejo a bordo en embarcaciones menores establecida por la Senasica, Proyectos de Mejora Acuícola o Pesquera (AIP, FIP), Marine Stewardship Council (MSC); Aquaculture Stewardship Council (ASC); Friend of the Sea (FOS); Global Aquaculture Alliance Best Aquaculture Practices (GAA BAP); y Fairtrade.

d. Implementar campañas publicitarias en supermercados y redes sociales que brinden información educativa sobre prácticas pesqueras sostenibles para que los consumidores conozcan el impacto positivo de la compra de productos de pescados y mariscos sostenibles.

8. Continuar avanzando en las metas para reducir su impacto ambiental al:

a. Reducir el desperdicio de alimentos mediante: implementar un sistema de gestión efectiva de inventarios que permita ajustar los pedidos de acuerdo con las tendencias de venta; fomentar la compra de productos cercanos a la fecha de vencimiento pero aptos para su consumo; así como brindar consejos a los clientes sobre cómo almacenar los alimentos de manera eficiente para evitar su desperdicio.

b. Examinar los procesos de empaquetado y empaque de alimentos por medio de: elegir tamaños apropiados; eliminar capas innecesarias; y trabajar junto con proveedores para buscar alternativas sostenibles como materiales biodegradables, compostables y reciclables.

c. Implementar estrategias para mejorar el uso de energía renovable y eficiencia energética, tales como: instalación de sistemas de energía renovable; sustitución a iluminación LED; uso de sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC) eficientes; realización de auditorías de eficiencia energética; así como la búsqueda de certificaciones y estándares de eficiencia energética como la certificación LEED, ISO 50001, PROESCO y otras avalados por la CONUEE.

Chávez (2023) [Preferencia de los mexicanos al comprar pescados y mariscos: Causa Natura Center.](#)

Recuperado el 26 de septiembre de 2023.

Conapesca (1999) [CONAPESCA-01-070 GUÍA DE PESCA.](#)

Recuperado el 18 de enero de 2024.

Conapesca (2021)

[Anuario Estadístico de Acuicultura y Pesca.](#)

Recuperado el 13 de junio de 2023.

FAO (2021) [Informe de la tercera reunión del Grupo de trabajo establecido por las Partes en virtud de la Parte 6 del Acuerdo sobre medidas del Estado rector del puerto destinadas a prevenir, desalentar y eliminar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada:](#) FAO Chile.

Recuperado el 2 junio de 2023.

FAO (2022) [Comercio de productos pesqueros y acuícolas.](#)

Recuperado el 13 de junio de 2023.

FAO (2023) [¿Qué es la pesca INDNR?](#)

Recuperado el 2 de junio de 2023.

ICPMX (s.f.) [Compromisos de Comercialización para la Adquisición Responsable de Pescados y Mariscos.](#)

Recuperado el 14 de junio de 2023.

ICPMX (s/f) [Definición de pesca sostenible.](#)

Recuperado el 14 de junio de 2023.

Mata, M. (2022) [¿Sabes cuántos kilos de pescado consumen los mexicanos al año?](#) | Milenio Política.

Recuperado el 13 de junio de 2023.

OCEANA (2019) [Reporte Final. Auditoría Pesquera](#) | México.

Recuperado el 14 de junio de 2023.

ONU (2023) [Las consecuencias de una pesca ilegal, no declarada y no regulada.](#)

Recuperado el 14 de junio.

DEL MAR AL SUPERMERCADO | LA VENTA DE PESCADOS Y MARISCOS SOSTENIBLES *

Un informe de **Causa Natura Center** elaborado por
Ana Harumi Hayashida, María Fernanda Onofre y Carlos Ahumada

** Para este estudio se retomó la siguiente definición de **pesca sostenible**: “Todo aquel producto que proviene de pesquerías o producción acuícola que, además de ser legal, procuran un uso racional de las especies y los recursos naturales, de forma tal que permiten su conservación y rendimiento sostenido en el tiempo y que preferentemente buscan que sus actividades logren un triple impacto: ambiental, social y económico en las pesquerías y en las comunidades pesqueras que las trabajan” (ICPMX, s.f.).*

AGRADECIMIENTOS:

A **COMEPESCA A.C.** y **SmartFish A.C.** por su valiosa participación en la revisión y retroalimentación del presente documento.