

# Del mar al supermercado 2025

La venta de pescados y mariscos sostenibles\*

Un informe elaborado por Ana Harumi Hayashida Carrillo y  
Martha del C. Rodríguez Ramírez

\* Siguiendo la definición de pesca sostenible de la iniciativa icpmx





# Índice

---

Introducción	01
Metodología de Evaluación	02
Matriz de Evaluación	03
Abastecimiento sostenible .....	03
Trazabilidad .....	03
Etiquetado .....	03
Incidencia para la sostenibilidad .....	04
Derechos humanos y laborales .....	05
Impacto ambiental .....	05
Resultados	06
Grupo Walmart .....	06
Grupo Chedraui .....	11
Costco Wholesale México .....	16
H-E-B (Howard Edward Butt Grocery Company) .....	21
Grupo Soriana .....	25
Grupo La Comer .....	29
Conclusiones	34
Referencias bibliográficas	37







# Introducción

---

Los pescados y mariscos son parte fundamental de la dieta de los mexicanos. Cada año se consumen en promedio 12 kilos por persona, y la tendencia sigue en aumento (Conapesca, 2023; Sader, 2025). Sin embargo, este crecimiento ocurre en un contexto complejo donde 40% de la producción es ilegal, más del 60% de las pesquerías se encuentran en su límite sostenible y cerca del 80% de los pescadores trabaja en la informalidad, es decir, sin seguridad social ni condiciones dignas (Sader, 2025).

Esta situación no solo amenaza la salud de los ecosistemas marinos, sino la seguridad alimentaria del país. Garantizar que los pescados y mariscos provengan de fuentes legales y sostenibles es una condición indispensable para que los mexicanos tengan un acceso seguro a alimentos nutritivos y más asequibles.

En este escenario, los supermercados y las grandes cadenas de autoservicio juegan un papel clave, al ser el último eslabón de la cadena concentran una parte muy importante de las decisiones de compra: cerca del 40% de los consumidores mexicanos adquieren pescados y mariscos en ellos. Lo que los supermercados deciden vender —y cómo lo hacen— impacta fuertemente en toda la cadena: desde los pescadores y acuicultores hasta los consumidores finales (Chavez, 2023).

Con base en esta idea nació en 2023 el estudio **Del Mar al Supermercado**. El propósito fue evaluar el nivel de compromiso de las principales cadenas minoristas con la sostenibilidad en la venta de pescados y mariscos. En la primera edición se pudieron visibilizar algunas buenas prácticas, pero también se encontraron muchas áreas de oportunidad (Hayashida y Onofre, 2024).

Hoy, dos años después, presentamos la segunda edición. En este ejercicio volvimos a evaluar a los seis grupos de supermercados que concentran la mayoría del mercado nacional: Walmart, Soriana, H-E-B, Chedraui, Costco y La Comer. En 2025 encontramos ejemplos de progreso —compromisos públicos más claros, mayor presencia de certificaciones y mejoras en controles— junto con tareas pendientes como una trazabilidad completa de la captura o cultivo hasta el mostrador, etiquetas que informen mejor (origen, método de captura o cultivo, especie científica) para evitar la comercialización de especies en riesgo o especies exclusivas para la pesca deportiva.

Los supermercados tienen el poder de inclinar la balanza. Si los líderes consolidan sus avances y los más rezagados se ponen al día, el mercado mexicano puede convertirse en un verdadero motor de sostenibilidad y seguridad alimentaria. Con este informe buscamos aportar información clara y útil que impulse mejores decisiones de compra y comercialización, de modo que los productos del mar que llegan a nuestras mesas aseguren la protección a los océanos, dignifiquen a las comunidades pesqueras y garanticen que la riqueza natural se mantenga al alcance de todos.





# Metodología de Evaluación

La segunda edición de *“Del mar al supermercado”* replica la metodología aplicada en 2023, con el fin de garantizar la comparabilidad de los resultados. Se evaluaron las seis principales cadenas minoristas a través de una métrica de 0 a 10 puntos, construida con base en siete criterios de evaluación:

1. Abastecimiento sostenible | 2 puntos
2. Trazabilidad | 2 puntos
3. Etiquetado | 2 puntos
4. Incidencia para la sostenibilidad | 2 puntos
5. Derechos humanos y laborales | 1 punto
6. Impacto ambiental | 1 punto
7. Transparencia | 1 punto

Estos criterios se basan en estándares internacionales como Greenpeace (2018), WWF Colombia (2022), Sea Choice (2022) e Impacto Colectivo por la Pesca y la Acuicultura Mexicanas - ICPM - (s/f), y fueron adaptados al contexto mexicano (Hayashida y Onofre, 2024).

Cada criterio de evaluación está acompañado de un conjunto de condiciones que cuentan con un valor asignado. A medida que los minoristas cumplen con dichas condiciones, van sumando puntos que, en conjunto, determinan su calificación final, con un máximo posible de diez (Matriz de Evaluación).







# Matriz de Evaluación

CRITERIO	CONDICIONES	VALOR
<b>Abastecimiento sostenible</b>   2 puntos	Compromiso público de abastecimiento responsable avalado por estándares reconocidos (MSC, ASC, BAP, Fair Trade, GLOBAL G.A.P.) o proyectos de mejora (FIP/AIP) publicados en fisheryprogress.org con calificación "B" o mejor.	1.00
	Metas claras de abastecimiento sostenible que indiquen la temporalidad y la proporción de productos sostenibles.	0.40
	Definición de las zonas geográficas que cubre el compromiso.	0.20
	Definición de los formatos o sucursales que cubre el compromiso.	0.20
	Publicación de un informe de avance de su compromiso de abastecimiento sostenible de pescados y mariscos.	0.20
<b>Trazabilidad</b>   2 puntos	Registros documentales que garanticen legal procedencia (facturas con folio de avisos de arribo/cosecha, guías de pesca, etc.).	1.00
	Auditorías in situ a proveedores para verificar la información.	1.00
<b>Etiquetado</b>   2 puntos	<b>Enlatados y envasados</b> Cumplimiento de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (nombre del producto, lista de ingredientes, contenido neto, razón social, país de origen, lote, caducidad, nutricional, en español).	0.33





CRITERIO	CONDICIONES	VALOR
	Información adicional para la compra informada: nombre científico, origen geográfico, pesca silvestre o cultivo, método de captura, sellos de sostenibilidad o certificación (MSC, ASC, BAP, Fairtrade, FIP/AIP, Seafood Watch).	0.33
	<b>Congelados</b>	
	Cumplimiento de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (nombre del producto, lista de ingredientes, contenido neto, razón social, país de origen, lote, caducidad, nutricional, en español).	0.33
	Información adicional para la compra informada: nombre científico, origen geográfico, pesca silvestre o cultivo, método de captura, sellos de sostenibilidad o certificación (MSC, ASC, BAP, Fairtrade, FIP/AIP, Seafood Watch).	0.33
	<b>Granel</b>	
	Información para la compra informada: nombre científico, origen geográfico, pesca silvestre o cultivo, método de captura, sellos de sostenibilidad o certificación (MSC, ASC, BAP, Fairtrade, FIP/AIP, Seafood Watch).	0.66
	Acciones para propiciar el aprovechamiento sostenible (ej. participación en FIP/AIP).	0.66
	Acciones para la comercialización sostenible (ej. evitando la comercialización de especies de la NOM-059-SEMAR-NAT-2010 y NOM-017-PESC-1994).	0.66
<b>Incidencia para la sostenibilidad</b>   2 puntos	Acciones para incentivar el consumo sostenible (ej. campañas de información al cliente).	0.66





CRITERIO	CONDICIONES	VALOR
<b>Derechos humanos y laborales</b>   1 puntos	Políticas de seguridad, higiene y bienestar laboral en el área de pescados y mariscos.	0.33
	Políticas de equidad e inclusión (género, edad, etnia, discapacidad, orientación sexual, etc.).	0.33
	Distintivos de Responsabilidad Social Empresarial (ESR u otros reconocidos).	0.33
<b>Impacto ambiental</b>   1 puntos	Iniciativas de reducción de desperdicio de alimentos.	0.33
	Iniciativas de reducción de plásticos y empaques.	0.33
	Iniciativas de eficiencia energética y uso de energías renovables.	0.33



La recopilación de información se realizó mediante tres métodos principales:

- Análisis documental de políticas, informes y páginas web de las empresas.
- Verificación in situ de productos en góndola (enlatados, congelados y a granel).
- Entrevistas y retroalimentación con representantes de las empresas.

**Nota:** Si el minorista no aceptó la entrevista para profundizar los hallazgos, se consideró únicamente la información que está disponible públicamente.



# Resultados



## Grupo Walmart (7.41/10.00)

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

**Distribución en México:** Grupo Walmart actualmente cuenta con 3,191 tiendas, distribuidas en 2,587 Bodegas Aurrera (incluye Bodega, Mi Bodega y Bodega Aurrera Express), 328 Walmart Supercenter, 103 sucursales Walmart Express y 173 Sam 's Club.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, Walmart alcanzó un puntaje de 7.41/10.00, 0.55 más que lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	1.90/2.00	1.90/2.00
2. Trazabilidad	1.50/2.00	2.00/2.00
3. Etiquetado	0.80/2.00	0.84/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	0.67/2.00	0.67/2.00
5. Derechos humanos y laborales	1.00/1.00	1.00/1.00
6. Impacto Ambiental	1.00/1.00	1.00/1.00
Calificación total	6.86/10.00	7.41/10.00







## 1. Abastecimiento Sostenible (1.90/2.00)

Desde 2020, Walmart México y Centroamérica mantiene un *Compromiso con la Sustentabilidad de Productos Pesqueros*, enfocado en garantizar un abastecimiento responsable de pescados y mariscos frescos y congelados, tanto silvestres como de cultivo. Los principales compromisos son preferir proveedores certificados bajo estándares internacionales como MSC, ASC o BAP (mínimo 2 estrellas desde 2024) e impulsar mejoras en pesquerías y granjas no certificadas mediante proyectos de mejora (FIP y AIP), con metas y reportes periódicos.

En su *Política de Capital Natural*, Walmart trabaja con proveedores para asegurar productos marinos seguros, asequibles y sostenibles, que protejan tanto a las comunidades como al medio ambiente.

### En cuanto a sus metas y avances recientes:

- Para 2025, todo el pescado y marisco de sus marcas (incluido atún enlatado) deberá provenir de fuentes sustentables certificadas o de proyectos de mejora.
- En 2024, reportaron que el 59.87 % en México y el 77.68 % en Centroamérica del pescado y marisco fresco y congelado cuentan con certificación sustentable.
- Para el atún enlatado en México en 2024 se alcanzó el 100 % certificado.
- Con la nueva metodología (mínimo 2 estrellas BAP), los resultados de 2023 fueron 57.7 % en México y 65.0 % en Centroamérica, reflejando mejoras respecto al año anterior.

Este compromiso aplica a todos los formatos de negocio de Walmart en la Región (Bodega Aurrera, Walmart, Walmart Express y Sam's Club) y se limita a las marcas propias de la empresa.

## 2. Trazabilidad (2.00/2.00)

En la pestaña de Proveedores de la página web de la empresa, se encuentra el apartado *Requerimientos de auditorías para proveedores*, donde se estipula que deben presentar reportes vigentes de auditorías de los programas de cumplimiento que apliquen de acuerdo al tipo de producto como son: Requerimientos de Seguridad Alimentaria para proveedores de alimentos y bebidas; Responsible Sourcing que considera la incorporación de mejores prácticas de abastecimiento responsable con programas para pescados y mariscos como: Amfori Business Social Compliance Program, Social Accountability International; SMETA; intertek (sólo para pequeños proveedores), Fair Trade USA, Best Aquaculture Practices; Supply Chain Security, que monitorea el cumplimiento de la seguridad de la cadena de suministro y la corrección de su incumplimiento desde un enfoque basado en el riesgo. Los programas aplicables a pescados y mariscos son: *Walmart Supply Chain Security Audit Program*, *Supplier Compliance Audit Network (SCAN)* e *Intertek* (pequeños proveedores).

Adicionalmente, Walmart México y Centroamérica cuenta con un documento de *"Estándares para proveedores"* en el que se solicita que cumplan las leyes comerciales que garanticen el correcto transporte (de manera segura y protegida a lo largo de toda la cadena de suministro) y que sean etiquetados y comercializados de forma clara, precisa y veraz.



En entrevista con el área de sustentabilidad de la empresa confirmaron tener un sistema de trazabilidad con ayuda de la [Sustainable Fisheries Partnership](#) (Alianza para la Pesca Sostenible) que es una organización sin fines de lucro registrada en EE. UU. que opera a nivel mundial involucrando a los actores del sector pesquero y a las empresas del sector a lo largo de toda la cadena de suministro para promover la producción sostenible de productos del mar.

Grupo Walmart solicita a sus proveedores que informen sobre su progreso mediante el *Sistema de Métricas de Productos del Mar* para medir y monitorear el desempeño de los proveedores en materia de abastecimiento sostenible. Esta información se encuentra en una [publicación del 2020](#), y aunque no menciona a México, es una práctica usada en todos los mercados.

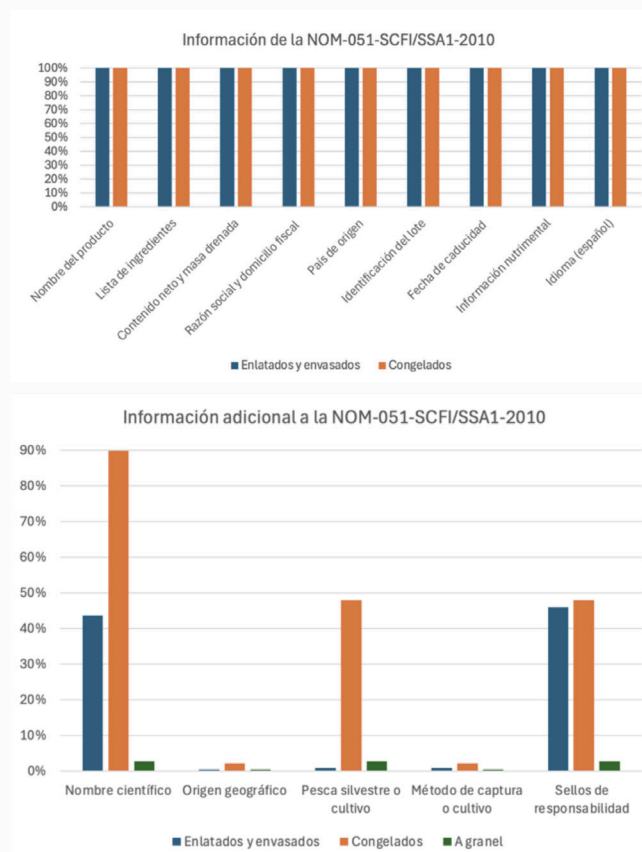
### 3. Etiquetado (0.84/2.00)

El total de productos evaluados son **269**: 133 **enlatados y envasados**, 98 congelados y 38 a granel. De los 133 productos enlatados y envasados se encontró que el 100% de ellos cumplen con los lineamientos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. En cuanto a la información adicional de la etiqueta, se observó que 58 (43.61%) indican el nombre científico, uno (0.75%) indica que es de pesca silvestre y que su método de captura es pescado a caña, 61 productos cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, tales como: Safe turtles and dolphins, ESR, Protección del delfín, Amigo del delfín, Dolphin Friendly, Capturado bajo las Normas de protección del delfín y Pesca sostenible.

De los 98 productos **congelados**, 100% cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. En cuanto a la información adicional de la etiqueta, 88 (89.80%) de los productos evaluados indican el nombre científico, 2 (2.04%) su origen geográfico, 47 (47.96%) si son de pesca silvestre o cultivo, 2

(2.04%) el método de cultivo, 47 (47.96%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales, nueve corresponden a distintivos, como: Pesca artesanal sustentable, Pesca sustentable, ESR y 38 son productos certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos, tales como: Aquaculture Stewardship Council (ASC) (1) y Best Aquaculture Practices (BAP) (36); Fairtrade (1)

Finalmente, de los 38 productos a **granel** evaluados se encontró poca información que se ofrece al consumidor. Solo un producto (2.63%) indica el nombre científico, el país de origen, que es de cultivo y con la certificación Best Aquaculture Practices (BAP).





#### 4. Incidencia para la sostenibilidad (0.67/2.00)

No se encontró evidencia sobre la incidencia del Grupo Walmart en el **aprovechamiento sostenible** 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** para los productos enlatados se identificaron dos de origen mexicano (Altamar, almejas en salmuera; Altamar, caracol) que, por el nombre común podrían corresponder a especies protegidas por la NOM-059-SEMAR-NAT-2010. En cuanto a los productos congelados, la trucha ahumada de la marca ShellPride no especifica si procede de la acuicultura. Finalmente, en los productos, a granel, se encontraron “filete de sierra”, “filete de trucha” y “trucha salmonada”, los cuales podrían corresponder a algunas especies del orden Pristiformes y a la trucha arcoíris enlistadas en la NOM-059-SEMARNAT-2010. Adicionalmente, se identificaron seis productos a granel cuya especie no fue posible verificar.

Walmart tiene una Política de Productos Pesqueros Sustentables, y se comprometen a “informar y sensibilizar a los asociados y clientes sobre la sustentabilidad de los productos pesqueros que venden”, sin embargo, no se encontró información o evidencia *in situ* sobre alguna iniciativa para incentivar a los clientes a consumir pescados y mariscos sostenibles.

#### 5. Derechos humanos y laborales (1.00/1.00)

Walmart refuerza su compromiso con la Política de Salud y Seguridad, cumpliendo con las regulaciones laborales y fomentando un entorno digno. En el marco de Ética e Integridad, la empresa protege los derechos de sus trabajadores, incluyendo el cumplimiento de la *Ley Silla* con el fin de fomentar un entorno de trabajo digno y eficiente.

*El Programa de Abastecimiento Responsable*, alineado con la *Política Global de Cumplimiento de Abastecimiento Responsable* y la *Política Global de Prevención del Trabajo Forzado*, busca fortalecer relaciones con proveedores y garantizar derechos humanos y ambientales en cadenas como la del atún y camarón.

En el apartado de Oportunidad, la empresa impulsa la *Política de Horas de Trabajo*, que incluye horarios flexibles y licencias especiales. Asimismo, promueve la cultura de pertenencia a través del Código de Conducta, Política de Igualdad de Remuneración y Política Global de Prevención de Acoso y Discriminación.

Walmart fomenta la inclusión de mujeres mediante iniciativas como *Red Crecemos Juntas* y el programa WIRED (Mujeres en Bienes Raíces y Distribución). También reafirma su apoyo a la comunidad LGBTQ+, siendo reconocida por Pride Connection México y firmando la Declaración de San José. Además, la inclusión de personas con discapacidad se impulsa a través de procesos accesibles, certificación en Lengua de Señas Mexicana (LSM) y el programa *Inclusión con el corazón*, que otorga beneficios directos a colaboradores y financia becas académicas. En conjunto, estas políticas buscan garantizar ambientes laborales seguros, equitativos, diversos e inclusivos, fortaleciendo la sostenibilidad social.

Walmart México se encuentra en el listado de grandes empresas con el Distintivo ESR, publicado en la página oficial de CEMEFI.





## 6. Impacto Ambiental (1.00/1.00)

De acuerdo con el [Informe 2024](#) se implementó un sistema de ticket para asociados en tiendas que optimiza la venta de perecederos con base en la caducidad. La herramienta identifica inventarios y comunica las reducciones de precio a aplicar, lo que permite agilizar la respuesta y reducir desperdicios.

En cuanto a recuperación de alimentos y mercancías, el objetivo 2024 era recuperar en México 46.0% de alimentos y mercancías aptas para donación, y en Centroamérica 47.0% de alimentos. Los resultados obtenidos fueron de 44.6% en México.

Walmart fortaleció su compromiso con la reducción del desperdicio y la gestión de residuos realizando: (1) Donación de alimentos: como principal donante de los Bancos de Alimentos en México; (2) Meta de cero residuos a relleno sanitario e incineración para 2025 (en 2024 logró desviar 83.24% de los residuos); (3) Programa “Imperfectas pero Buenas” que ofrece frutas y verduras con valor nutricional pero fuera de estándares estéticos (activo en 109 tiendas en 2024); (4) Empaques sostenibles cuya meta para 2025 = 100% reciclables, reutilizables o compostables, el avance durante el 2024 = 71.97% en México, (5) Plásticos reciclados postconsumo: meta 20% para 2025; avance 2024 = 6.37% (México) y 5.27% (Centroamérica); (6) Reciclaje y reutilización de: subproductos (cartón, plásticos) enviados a proveedores, tarimas de madera reutilizadas o

restauradas, contenedores de plástico retornables para frutas y verduras, activos fijos reciclados (equipos electrónicos y de refrigeración); e (7) Innovación en empaques: bandejas de panal para carnes y mariscos sin almohadillas absorbentes, bolsas compostables en eCommerce y Marketplace biodegradables.

Walmart México y Centroamérica refuerza su estrategia de reducción de emisiones y eficiencia energética con las siguientes acciones: (1) Eliminación de unicele y reducción de empaques: proyectos de venta a granel y refill (croquetas y suavizantes), además de iniciativas de reciclaje de plásticos en comunidades de Nuevo León (89,123 kg recolectados = 2.8 millones de botellas); (2) Meta de cero emisiones operativas: incluye refrigerantes, combustibles y electricidad; (3) Reducir huella de carbono; (4) Incorporar 27 vehículos eléctricos en centros de distribución; y como meta para el 2035 buscan tener 100% de sus operaciones con energía renovable.





## Grupo Chedraui (7.16/10.00)

**Formatos de negocio evaluados:** Tienda/Súper Chedraui y Chedraui Selecto.

**Distribución en México:** Grupo Chedraui cuenta con 586 sucursales en México, que entre otros formatos incluyen 83 Super Chedraui y 31 Chedraui Selecto.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, Chedraui alcanzó un puntaje de 7.16/10.00, 1.19 más que lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	1.00/2.00	1.50/2.00
2. Trazabilidad	1.50/2.00	1.50/2.00
3. Etiquetado	0.81/2.00	0.82/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	1.00/2.00	1.67/2.00
5. Derechos humanos y laborales	0.67/1.00	0.67/1.00
6. Impacto Ambiental	1.00/1.00	1.00/1.00
<b>Calificación total</b>	<b>5.97/10.00</b>	<b>7.16/10.00</b>



Foto por: Inri (wikimedia commons)



## 1. Abastecimiento Sostenible (1.50/2.00)

En la sección de [Sustentabilidad](#) de la página oficial de la empresa y en su [Informe Anual Integrado \(2023\)](#) se destaca que desde octubre del 2020 siguen una política de compra para productos pesqueros sustentables anunciada en el Summit Latinoamericano de Pesca y Acuicultura Sustentables. La empresa se presenta como la primera cadena de supermercados en América Latina en sumarse a un movimiento global de empresas de autoservicios que buscan contribuir a la conservación de los mares y cuerpos de agua mediante sus decisiones de compra. Mencionan que, al exigir productos de origen sostenible, generan incentivos para que los pescadores y acuicultores adopten prácticas más sostenibles.

Esta iniciativa se extiende a las categorías de frescos y congelados, de origen nacional e importados, ya sean salvajes o de acuicultura. Preferentemente productos provenientes de pesquerías o granjas certificadas bajo estándares globalmente reconocidos, calificadas en verde o amarillo por la guía Seafood Watch, o de aquellas que formen parte de un proyecto de mejora pesquera o acuícola (FIP/AIP). Como parte del desarrollo e implementación de su estrategia de Sostenibilidad el 2024 dieron a conocer la Política de Sostenibilidad de Chedraui a sus colaboradores, la cual también fue publicada en la página web de la empresa.

Adicionalmente, mencionan en el informe anual (2023) el establecimiento de líneas base, objetivos y metas para el cumplimiento de una Hoja de Ruta para el 2030. Mencionan que del 2021 al 2023 el porcentaje del producto del portafolio con origen, lugar de captura o producción identificada incrementó 20%, mientras que el porcentaje de productos con aval ambiental subió 31%.

Cuentan con herramientas y capacitaciones que permiten abastecimiento de origen legal y que preferentemente cuente con un aval de sostenibilidad ambiental. SmartFish A.C. los ha asesorado en la identificación de riesgos en la venta de ciertas especies importantes en Baja California Sur y con base en eso han dado de baja del catálogo a estas especies.

En su Informe de Política Pesca y Acuicultura Sustentable 2025, señalan que dicha política es de aplicación general para todos los colaboradores, ejecutivos, socios, accionistas, consultores, así como para todas las sociedades, subsidiarias y afiliadas del grupo. Asimismo, la empresa espera que sus proveedores, prestadores de servicios, clientes y terceros relacionados con productos pesqueros se adhieran a los compromisos definidos en esta Política, así como con el cumplimiento con todas las leyes y normativas aplicables.

## 2. Trazabilidad (1.50/2.00)

En la sección de Proveedores tanto en la página como en el [Informe Anual integrado \(2023\)](#) se establece que los proveedores deben contar con los requerimientos previstos en las NOM, además de contar con los documentos que acrediten la legal procedencia, tenencia o posesión de los productos y/o mercancías que comercializan conforme a la ley y utilizar tecnología alineada con la sostenibilidad y el ambiente.

En la sección de [Proveedores](#) de Chedraui y en el Informe Anual (2023), la empresa menciona que lleva a cabo auditorías periódicas para verificar el cumplimiento de diversas disposiciones, incluyendo estándares relacionados con la calidad, inocuidad y normatividad.





### 3. Etiquetado (0.82/2.00)

Se evaluaron 289 productos que se encuentran en las tiendas de Super Chedraui y Chedraui Selecto, distribuidos de la siguiente manera: 142 productos enlatados y envasados, 91 productos congelados y 56 productos a granel.

De los 142 productos **enlatados y envasados** se determinó que el 100% cumplen con los requisitos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010.

En cuanto a la información adicional proporcionada a los consumidores para fomentar una compra responsable, 65 (46%) productos indican el nombre científico, siete (5%) indican el origen geográfico, trece (9%) indican si es de pesca silvestre o cultivo y ocho (6%) el método de captura.

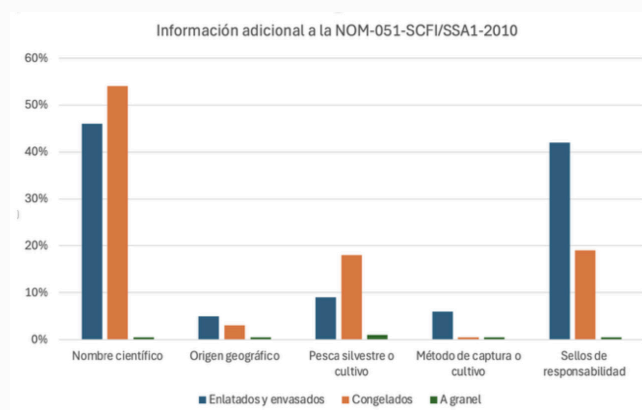
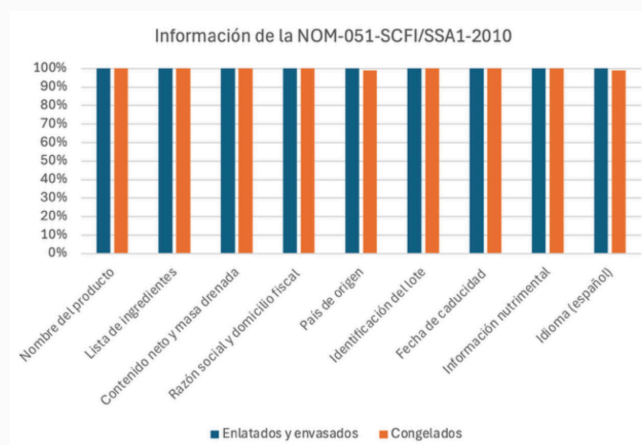
Un aspecto significativo en los productos enlatados y envasados que ofrece Grupo Chedraui tiene una variedad de sellos relacionados con responsabilidad social y/o ambiental. En la presente evaluación se encontraron 61 (42%) productos con sellos de responsabilidad. De estos, 4 (3%) tienen certificación MSC y el resto son distintivos, como Safe turtles and dolphins, ESR y Protección del delfín.

Se analizaron 91 productos **congelados**, de los cuales 89 cumplen los lineamientos de etiquetado de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010; un producto no especificaba su país de origen y otro producto no tenía los datos de la etiqueta en español.

Respecto a la información adicional, cabe resaltar que 49 (54%) de los productos evaluados indican el nombre científico, tres (3%) presentan información sobre el origen geográfico, dieciséis

(18%) indican si es de pesca silvestre o cultivo, uno (1%) el método de captura y 18 (19%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental. Algunos de ellos son distintivos de pesca sustentable (2) y , Dolphin Safe (1). La mayoría de ellos cuentan con certificaciones internacionales de la MSC (1), Fairtrade USA (1) y BAP (14).

De los 56 productos a **granel** evaluados, uno (1%) menciona el nombre científico, mientras que cuatro (7%) especifican su país de origen y uno (1%) el tipo de pesca.





#### 4. Incidencia para la sostenibilidad (1.67/2.00)

Sobre el **aprovechamiento sostenible**, en su apartado de Compromiso con la Pesca Sustentable de su [Informe Anual \(2023\)](#), mencionan que a partir del 2020 hay un compromiso de pesca sustentable, en el cual colaboran con SmartFish A.C. para analizar y actualizar su portafolio de pescados y mariscos, promover la verificación de los productos desde la captura hasta el consumidor, y la certificación de las pesquerías validada por un tercero (MSC, Fair Trade, ASC o BAP).

Lo anterior se relaciona con su compromiso de **comercialización sostenible** encontrándose que dentro de los productos enlatados de origen mexicano no hay especies dentro de la NOM-059-SEMARNAT-2010. Asimismo, en los productos congelados no se encontraron especies de la NOM-059-SEMARNAT-2010 o la NOM-017-PESC-1994. Sin embargo, en los productos a granel se encontraron almejas, barritas y figuras de pescado, surimi y sierra (fresca y ahumada) que no especifican el nombre científico, por lo que podría tratarse de especies sujetas a protección especial según la NOM-059.

Por último, en cuanto a su incidencia en el **consumo sostenible**, tienen una campaña de información en redes sobre acciones que implementan para asegurar que el producto que comercializan es legal y que promueven acciones encaminadas al aprovechamiento sustentable de los recursos pesqueros. Sin embargo, no encontramos una campaña como tal que fomente el consumo responsable en los compradores.

#### 5. Derechos humanos y laborales (0.67/1.00)

Según la sección "[Nuestra Gente](#)" en la página oficial de Chedraui, la Universidad Corporativa imparte cursos en línea para sus colaboradores (capacitación práctica, teórica y evaluación). Además, cuentan con una Comisión de Seguridad e Higiene que realiza promoción, capacitación, fomento y regulación de temas de seguridad, y realiza revisiones anuales de las políticas y los objetivos relacionados con seguridad y salud.

En su [Informe Anual \(2023\)](#), la empresa destaca que todos los colaboradores reciben cursos especializados en el área de autoservicio, en la atención y prevención de accidentes, seguridad, buenas prácticas ambientales, cuidados a la salud, entre otros.

En el apartado de Diversidad de Género e Inclusión de la pestaña "[Nuestra Gente](#)" se destaca que, en 2019, se adhirieron a la Estrategia de Igualdad de Género de la ONU, alcanzando el nivel avanzado para el 2021. En ese mismo año, recibieron un reconocimiento por parte de Bloomberg en el tema de equidad e igualdad de género por sus acciones implementadas (como campañas de sensibilización y capacitaciones para promover la diversidad, la inclusión y la equidad de género). Adicionalmente, llevan a cabo programas de mentoría para colaboradoras destacadas, se proporcionan salas de lactancia y se realiza seguimiento detallado de accidentes, lesiones y horas de trabajo, entre otras iniciativas.

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)

Grupo Chedraui posee una política de donación de alimentos. En su [Informe Anual 2023](#) se menciona que donaron 111,687kg, equivalente a 199,143 comidas y que en 2023 realizaron donaciones de 5.1 millones de kilos de alimentos a Bancos de Alimentos beneficiando a más de 765 mil personas.

También tienen un compromiso con la economía circular y acciones para la disminución de residuos, separación, reciclaje y disposición de estos. Otra iniciativa implementada es el uso de materiales con algún porcentaje reciclable y un menor consumo de plástico virgen. También

poseen un programa de sustitución de bolsas biodegradables por compostables y de charolas de unicel por PET. Reportaron para ese año 48,935 ton de insumos reciclados.

Según el mismo informe, incrementaron el uso de energías solar y eólica de 3,992 MWh en 2021 a 7,083 MWh en 2023. El 70% de los requerimientos energéticos en las sucursales provenían de dichas fuentes renovables para electricidad, refrigeración y combustibles en las tiendas, y tienen diversos programas para reducir su huella de carbono. Proporcionaron los siguientes datos para 2023: el uso de energías limpias con paneles solares en tiendas, centros comerciales; cámaras de perecederos en Centros de Distribución; campañas de concientización; buenas prácticas del uso de la energía y combustibles dirigidas a las sucursales; y aumento de utilización de gas natural en las tiendas lo que ha reducido el consumo energético. Así, durante ese año se evitó la emisión de 2,478 Ton de CO<sub>2</sub>e, equivalente a plantar más de 16 millones de árboles, dejar de circular más de 137 mil automóviles, o dejar de utilizar 162 mil barriles de petróleo.







# Costco Wholesale México (6.49/10.00)

**Formatos de negocio evaluados:** Costco Wholesale de México.

**Distribución en México:** Costco Wholesale cuenta con 42 tiendas.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, Costco alcanzó un puntaje de 6.49/10.00, 0.18 más que lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	1.60/2.00	1.60/2.00
2. Trazabilidad	1.00/2.00	1.00/2.00
3. Etiquetado	1.05/2.00	1.06/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	1.17/2.00	1.33/2.00
5. Derechos humanos y laborales	0.50/1.00	0.50/1.00
6. Impacto Ambiental	1.00/1.00	1.00/1.00
Calificación total	6.31/10.00	6.49/10.00





### 1. Abastecimiento Sostenible (1.60/2.00)

La empresa tiene un compromiso de sostenibilidad que incluye entre sus objetivos prioritarios el ODS 14, para comercializar productos sostenibles del mar y provenientes de pesquerías silvestres o de acuicultura. Buscan el abastecimiento sostenible con productos certificados por el Marine Stewardship Council (MSC) y el Aquaculture Stewardship Council (ASC) y apoyan proyectos de Mejora Pesquería (FIPs) y de Mejora Acuícola (AIPs) para ayudar a que las pesquerías cumplan con los estándares.

En 2024 establecieron una alianza con el Aquaculture Stewardship Council (ASC) para promover la acuicultura responsable, mejorar las prácticas del sector y ofrecer a los socios de Costco productos certificados por el ASC que cumplan con estrictos estándares y se desarrollen con proyectos acuícolas. Este compromiso se aplica a su marca Kirkland Signature, para la cual se busca lograr el abastecimiento de productos de pesca silvestre provenientes de proveedores certificados por el MSC o participantes en proyectos de mejora pesquera (FIP). De acuerdo con este compromiso, los indicadores clave que presentan para cumplir con sus objetivos de abastecimiento sostenible son los siguientes:

	2022	2023	2024
Productos procedentes de pesquerías certificadas por el MSC, FIP	63.5%	63.5%	63.5%
Granjas certificadas por el ASC y de proyectos de mejora acuícola (AIP)	44%	63.9%	72.9%

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, que establece que estos deben mantener la capacidad de rastrear todos los componentes hasta su origen y en cada fase de la cadena de suministro. Además, en su Código de Ética para proveedores, establece auditorías en cualquier instalación involucrada en la producción, procesamiento o recolección de productos. Sin embargo, en relación con los proveedores de pescados y mariscos, no se obtuvo información sobre los documentos específicos y auditorías realizadas.





### 3. Etiquetado (1.06/2.00)

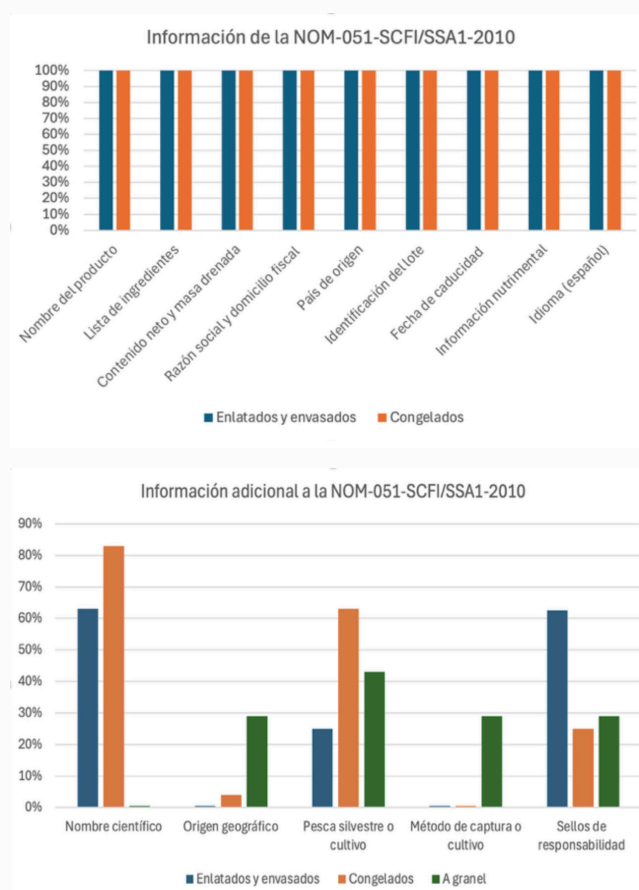
Se evaluaron **39 productos**: 8 productos enlatados y envasados, 24 productos congelados y 7 productos a granel.

Para los 8 productos **enlatados y envasados**, se encontró que el 100% cumplen con los requerimientos generales establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. En lo que respecta a la información adicional en el etiquetado, se encontró que cinco (63%) de los productos indican el nombre científico, dos (25%) si es de pesca silvestre o cultivo, cinco (62.5%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales, tres son distintivos de protegemos el delfín y dos son productos certificados de la marca Kirkland Signature, los cuales cuentan con un código QR que remite a páginas con información sobre la certificación de productos por la Aquaculture Stewardship Council (ASC).

Se examinaron 24 productos **congelados**, de los cuales el 100% cumple con los requisitos de etiquetado establecidos por la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. De estos productos, 20 (83%) indican el nombre científico, uno (4%) su origen geográfico, 15 (63%) indican si son de pesca silvestre o cultivo, seis (25%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales cuatro son distintivos, como Wild Natural & Sustainable, Fuentes Responsables y Sostenibles y Pesca Sustentable; y dos son productos certificados bajo estándares internacionales como la Aquaculture Stewardship Council (ASC) y Marine Stewardship Council (MSC).

Finalmente, de los siete productos a **granel** evaluados, seis (86%) indican el país de origen, dos (29%) dan información del origen geográfico, tres (43%) informan si son de pesca silvestre o cultivo, dos (29%) proporcionan método de captura o cultivo y dos (29%) tienen distintivo BAP.

Algo a destacar es que las etiquetas de algunos de los exhibidores de la sección de pescados y mariscos a granel muestran información extra, siendo de las mejores prácticas que se encontraron en los productos a granel evaluados.



### 4. Incidencia para la sostenibilidad (1.33/2.00)

En su documento "[Nature & Biodiversity](#)", en el apartado de pesquerías la empresa destaca el compromiso de la empresa con los estándares del MSC y su participación en proyectos de mejora pesquera como parte de sus esfuerzos para fortalecer las pesquerías y el abastecimiento de productos del mar de manera sostenible. Asimismo, han aumentado la disponibilidad de





productos con certificación MSC y ASC en todo el mundo y apoyan Proyectos de Mejora Pesquera (FIPs) y de Mejora de la Acuicultura (AIPs).

Algo a destacar es que Costco requiere que los FIPs se reporten en FisheryProgress.org. y se encuentra apoyando al Fondo para la Mejora de las Pesquerías (FIF), administrado por Finance Earth. Este es un modelo de financiamiento que permite canalizar capital para atender problemas ecológicos y sociales en las pesquerías, garantizando que las poblaciones de peces y las comunidades pesqueras se beneficien de una pesca sostenible y resiliente. Además, a través del FIF, apoya un FIP recientemente lanzado en la Región Centro-Sur de Chile, proporcionando financiamiento crucial para respaldar la sostenibilidad oceánica y los medios de vida costeros en una de las pesquerías más productivas y críticas del mundo.

Respecto a la comercialización sostenible de pescados y mariscos, ninguno de los productos enlatados y envasados se encuentra en las listas de la NOM-059-SEMARNAT-2010 y la NOM-017-PESC-1994. Dentro de los productos congelados de origen mexicano se identificó la oferta de "totoaba", la cual está en peligro de extinción bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010, pero en este caso se especifica que es proveniente de cultivo. Cabe destacar que no se encontró información particular para Costco Wholesale México sobre las acciones de incidencia para propiciar *consumo sostenible* de pescados y mariscos

## 5. Derechos humanos y laborales (0.50/1.00)

Costco Wholesale, en su [Código de Ética](#), se compromete a salvaguardar el bienestar de sus empleados, asegurando un entorno de trabajo seguro y saludable. En consonancia con su compromiso con los Derechos Humanos, la empresa subraya que todos los niveles de la organización deben cumplir con estándares internacionales, incluyendo la Declaración de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo, que establece la obligación de proporcionar un ambiente laboral seguro y saludable.

Costco Wholesale México no cuenta con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por el Cemefi. Sin embargo, reconocen la importancia de respetar los derechos humanos en toda la cadena de suministro y han implementado un ["Código de Conducta para Proveedores"](#) (Supplier Code of Conduct) que se aplica a todos los proveedores e instalaciones. Se deriva de las políticas, estándares y convenciones de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo, así como de otros estándares independientes líderes, como la Alianza Empresarial Responsable y la Producción Acreditada Responsable Mundial (WRAP). Se establece con un enfoque que reconoce y respeta las diferencias culturales y legales que existen en todo el mundo. Además, mantiene un compromiso con la inclusión, donde describe diversas iniciativas de diversidad, equidad e inclusión y asegura que todas las decisiones relacionadas con el empleo, como reclutamiento, contratación, promoción, asignación, capacitación y despido, se tomen sin discriminación.



## 6. Impacto Ambiental (1.00/1.00)

De acuerdo con el documento [Minimizing Waste](#), la empresa cuenta con diversos programas para la reducción del desperdicio de alimentos y otros materiales. También han fortalecido su programa STAR (Revisión de Asistencia Técnica en Sostenibilidad) para minimizar el uso de agua, de residuos, el consumo de energía y las emisiones en almacenes, e implementar las obligaciones de cumplimiento ambiental. En este sentido, en el año 2024 incorporaron la evaluación comparativa ENERGY STAR a dicho programa, lo que ayuda a que las ubicaciones de almacenes se comparen con edificios similares y se conozcan posibles oportunidades de ahorro energético.

Cuentan con un programa para mejorar la eficiencia en el uso de recursos en todas las operaciones globales, como reducir al mínimo el consumo de agua y priorizar materiales con contenido reciclado, siempre que sea posible, en la [construcción](#) de nuevos almacenes.

En cuanto al uso de [energía y refrigeración](#) tienen una [Política y Plan de Acción Climática](#), para alcanzar objetivos de reducción de carbono y disminuir emisiones, que se relacionan con la forma en que obtienen la energía y la manera en que la utilizan.

Han hecho esfuerzos para fortalecer la resiliencia de la cadena de suministro y reducir el impacto ambiental. Las Normas del "[Sustainability Accounting Standards Board](#)" (SASB) identifican métricas que reflejan riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad. También tienen un programa de manejo del [agua](#), el cual menciona que en 23 ubicaciones de México el agua utilizada en las bodegas, baños y áreas de alimentos frescos se recolecta en plantas de tratamiento en el sitio y esta agua tratada se utiliza para riego, lo que reduce el impacto en los sistemas de alcantarillado locales y ahorra costos para riego.



# H-E-B (Howard Edward Butt Grocery Company)

## (6.38/10.00)

### Formatos de negocio evaluados: H-E-B

**Distribución en México:** La empresa cuenta con 86 tiendas en los estados de Nuevo León, Tamaulipas y otras regiones del norte, centro y bajío.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, HEB alcanzó un puntaje de **6.38/10.00**, 2.23 más que lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	0.33/2.00	1.53/2.00
2. Trazabilidad	0/2.00	2.00/2.00
3. Etiquetado	0.81/2.00	0.84/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	1.33/2.00	1.33/2.00
5. Derechos humanos y laborales	0.67/1.00	0.67/1.00
6. Impacto Ambiental	1.00/1.00	1.00/1.00
Calificación total	4.15/10.00	6.38/10.00



Foto por: Michael Barera (wikimedia commons)





### 1. Abastecimiento Sostenible (0.53/2.00)

En la sección de Pesca Sustentable de la pestaña de [Responsabilidad Social](#) de la página de H-E-B se menciona que tienen proveedores de alimentos de alta calidad y priorizan a los que implementan procesos responsables que protegen el entorno y a las especies. En cuanto a los productos marinos, estos provienen de una red de pesca comprometida con la comunidad, la sostenibilidad y el cumplimiento riguroso de las regulaciones de pesca en México. En su comunicado de prensa: [Productos Marinos de HEB](#) se destaca que los productos provienen de prácticas responsables (pesca silvestre o de cultivo) con certificaciones de organismos internacionales. Esto garantiza la sostenibilidad, calidad e inocuidad de los productos, no obstante no se mencionan las certificaciones.

### 2. Trazabilidad (2.00/2.00)

La empresa mencionó en entrevista que han implementado un sistema de blockchain para garantizar la procedencia de sus productos. Asimismo, para sus marcas propias HEB compra directamente a productores certificados y verifica que la información sea fidedigna con el Global Seafood Alliance. Además, realiza auditorías aleatorias y visitas a granjas, como la de Regal Springs en Chiapas, para asegurar el manejo adecuado y la trazabilidad.

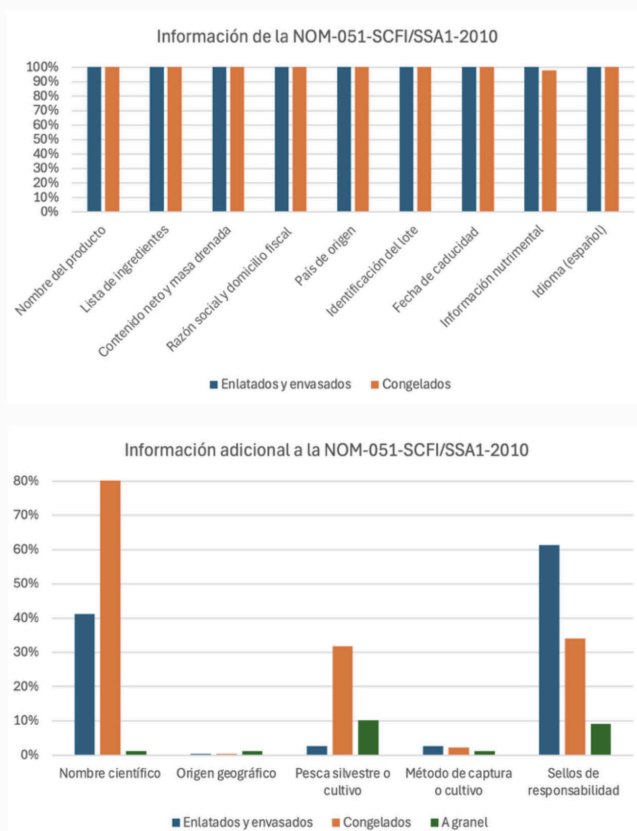
### 3. Etiquetado (0.84/2.00)

Se analizaron 250 productos: 114 enlatados y envasados, 88 congelados y 48 a granel. De los 114 productos **enlatados y envasados**, el 100% cumple con los lineamientos de etiquetado establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Asimismo, 47 (41.23%) de los productos evaluados indican el nombre científico, tres (2.63%) si es de pesca silvestre o cultivo, tres (2.63%) el método de captura y 70 (61.40%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, la mayoría de ellos son distintivos como: Safe turtles and dolphins; ESR; Protección del delfín; Amigo del delfín; Dolphin Friendly y 5 de ellos tienen certificación de la MSC.

De los 88 productos **congelados** se encontró que 86 (97.73%) cumplen con los requerimientos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Sólo dos productos no indican la información nutrimental. En cuanto a la información adicional a la Norma identificada en las etiquetas, se observó que 71 (80.68%) de los productos evaluados indican el nombre científico, 28 (31.82%) si son de pesca silvestre o cultivo, 2 (2.27%) brindan información sobre el método de pesca, y 30 (34.09%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales 16 corresponden a distintivos como: ESR, Pesca Sustentable, Pesca Responsable con el Medio Ambiente; Acuacultura Responsable; y 14 son productos certificados bajo el estándar Best Aquaculture Practices (BAP).



De los 41 productos a **granel** evaluados, uno (1.14%) menciona el nombre científico, cuatro (4.55%) el país de origen, uno (1.14%) el origen geográfico, 9 (10.23%) si son de pesca silvestre o cultivo, uno (1.14%) el método de cultivo, y nueve (9.09%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental: Pesca o Reserva Responsable.



#### 4. Incidencia para la sostenibilidad (1.33/2.00)

La empresa comparte el vídeo titulado "[H-E-B Reserva Responsable y Pesca Silvestre](#)" que destaca la colaboración con los proveedores para proporcionar productos sostenibles y de calidad, considerando el cuidado del ambiente y el control de la pesca. Se destaca que en la sección de pescados y mariscos se pueden encontrar las marcas *Reserva Responsable* y *Pesca*

*Silvestre*, que ofrecen productos frescos, seguros y provenientes de pesca sustentable. Asimismo, en la política de mariscos trabajan con EDF y tienen un compromiso con el abastecimiento de mariscos sostenibles del Golfo de México, en colaboración con pescadores de huachinango, mero y camarón que tienen prácticas de pesca más sostenibles. No obstante, no se ofrece información adicional acerca de las iniciativas, estrategias o actividades específicas que implementan para promover el **aprovechamiento sostenible** de los recursos pesqueros.

Respecto a la **comercialización sostenible**, se identificaron lapa y caracoles enlatados de origen mexicano, que podrían corresponder a especies sujetas a protección especial bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010. Debido a que no se especifica el nombre científico no fue posible cotejar dichos datos. En la oferta de productos a granel se identificó la oferta de "caracol fresco" que no cuenta con datos del país y nombre científico, por lo que podría referirse a alguna especie sujeta a protección especial bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010.

H-E-B lleva a cabo campañas en sus redes sociales para difundir información acerca de los tres principios fundamentales de la certificación MSC, que son: población sostenible de peces, mínimo impacto ambiental y manejo efectivo de las pesquerías.

#### 5. Derechos humanos y laborales (0.67/1.00)

En la sección de *Construyendo un espacio seguro* del apartado *Nuestro Motor* en el [Informe Anual \(2024\)](#) de H-E-B, se describe la *Política de Seguridad y Salud* que establece reglas claras para prevenir riesgos, usar correctamente los equipos de protección y brindar capacitaciones. También trabajan con contratistas y proveedores para asegurarse de que cumplan con los estándares de la empresa.



Según la sección *Cada socio cuenta* del apartado *Nuestro Motor* la empresa fomenta un ambiente de trabajo seguro y una cultura de bienestar integral basada en beneficios, diversidad, equidad e inclusión, lo que garantiza que los socios cuenten con las herramientas necesarias para desarrollarse personal y profesionalmente. Se destaca que un entorno diverso e inclusivo es clave para el bienestar del equipo y se fomenta el ambiente laboral con respeto, justicia y equidad. Desarrollaron también la estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) que contempla: equidad de Género, discapacidad, raza y etnias, generaciones, y LGBTQ+. Asimismo, de acuerdo con su Código de Conducta Empresarial Responsable tienen una Política de Prevención de Riesgos Psicosociales basada en la NOM 035, para evitar favoritismo, discriminación, acoso sexual, psicológico y bullying.

En la sección *Cultura de autocuidado y bienestar*, se refuerzan las acciones para el bienestar de sus socios con la *Capacitación de Cumplimiento*, orientada a que conozcan y cumplan con la normativa en seguridad y salud laboral, de acuerdo a las disposiciones de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y la Secretaría de Salud (SSA).

No obstante, no se observaron certificaciones que acrediten que sea una empresa socialmente responsable como el distintivo ESR que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

## 6. Impacto Ambiental (1.00/1.00)

En la sección *Impulsando la Economía Circular* de *Nuestra Sustentabilidad* del [Informe 2024](#), se presenta la estrategia del uso de empaques sustentables. En 2024 se intensificó su evaluación, con el fin de explorar alternativas con menor impacto ambiental. Se consideraron

factores clave como su reciclabilidad, el contenido de material reciclado, la tasa de reciclaje en México y su capacidad de degradarse.

Desarrollaron un sistema de puntuación para priorizar los materiales con mejores características ambientales. Este ranking interno les ha permitido definir los empaques por opciones más sustentables.

Tienen una estrategia de reducción de desperdicio de alimentos para minimizar el impacto ambiental y se presenta en la sección *Alimentación para un Futuro Mejor* con programas para el rescate de alimentos y su distribución en comunidades vulnerables. En 2024 invirtieron \$100.8 MDP, donaron 1,113,318 kg lo que benefició a más de 300,000 personas. Además, la empresa reconoce su lealtad con el *Programa Hambre Cero* para combatir la carencia alimentaria.

Según la sección de *El desafío de crecer de forma sustentable de Nuestra Sustentabilidad*, se definen metas para enfrentar el cambio climático, para reducir emisiones, consumo de agua y disminución del porcentaje de residuos enviados a vertedero. Se realizó un análisis exhaustivo de la huella de carbono en el que, a través del inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI) se identifican áreas clave para mejorar la eficiencia energética y reforzar el uso de energías renovables. En 2024, lograron reducir en 2% las emisiones GEI por tienda.

En la sección *La energía de nuestras operaciones*, se presenta como prioridad la eficiencia energética. Analizaron el gasto total y la evolución del costo unitario de la energía, comparando los datos con años anteriores. H-E-B genera energía solar para abastecer de manera parcial a 81 tiendas y cuenta con 102,397 paneles solares que brindan una capacidad de 41,596.9 kW, generando un total de 41,721,631 kWh durante 2024.





## Grupo Soriana (2.95/10.00)

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

**Distribución en México:** Opera más de 820 tiendas de autoservicio y clubes de precio en todos los estados de la República Mexicana, de las cuales 371 son Soriana Híper/ Mega Soriana, 136 Soriana Súper, 166 Soriana Mercado y 40 City Club.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, Soriana alcanzó un puntaje de **2.95/10.00**, sin variación a lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	0/2.00	0/2.00
2. Trazabilidad	0.50/2.00	0.50/2.00
3. Etiquetado	0.79/2.00	0.79/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	0/2.00	0/2.00
5. Derechos humanos y laborales	0.67/1.00	0.67/1.00
6. Impacto Ambiental	1.00/1.00	1.00/1.00
<b>Calificación total</b>	<b>2.95/10.00</b>	<b>2.95/10.00</b>



Foto por: El Nuevo Doge (wikimedia commons)



### 1. Abastecimiento Sostenible (0.00/2.00)

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

### 2. Trazabilidad (0.50/2.00)

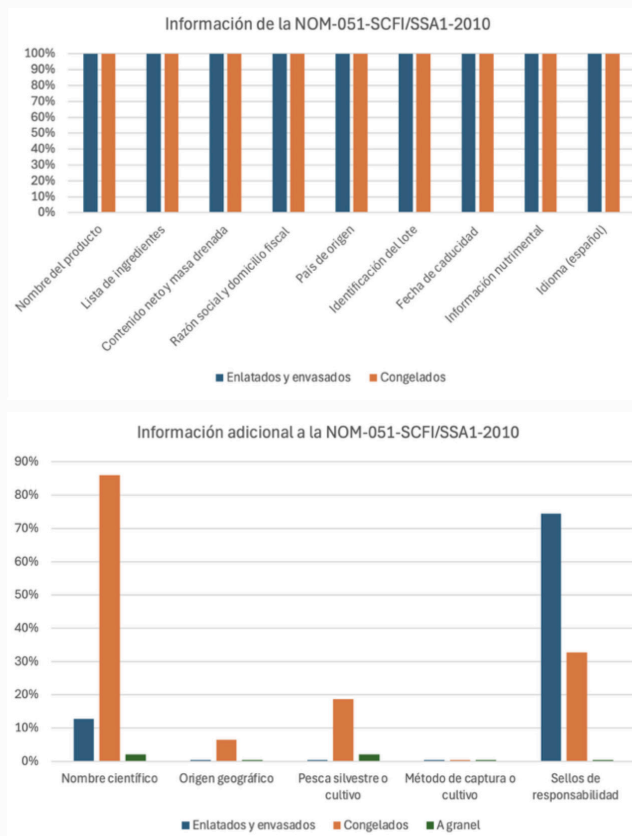
El [Convenio Comercial Proveedores Nacionales](#) en su inciso (IV) del apartado 6.2, Devoluciones y Rechazos, se establece que "será procedente el rechazo de aquellos productos que no estén acompañados de la factura(s) que respalde el surtido, certificados de origen, licencias de importación, pago de cuotas, visas y demás documentación o licencias requeridas por las leyes aplicables". Esto incluye las licencias de propiedad industrial por el uso de marcas y también se aplica en el [Convenio Comercial de Importaciones](#). 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)

Se ofrece una gran diversidad, con más de 287 productos en sus diferentes tiendas: 86 enlatados y envasados, 107 congelados y 94 a granel. El 100% de los 86 productos **enlatados y envasados** cumplen con los lineamientos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. De la información adicional a la Norma destaca que 11 (12.79%) indican el nombre científico, 64 (74.42%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, todos ellos son distintivo como: Safe turtles and dolphins; ESR; Protección del delfín y Amigo del delfín.

De los 107 productos **congelados** ofrecidos por Grupo Soriana, el 99% de los productos cumplen con los requerimientos generales establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Solo uno de los productos no indica la razón social y domicilio fiscal y otro carece de la información nutrimental y la etiqueta en español. En cuanto a la información adicional 92 (85.98%) indican el nombre; 7 (6.54%) el origen geográfico; 20 (18.69 %) si son de pesca silvestre o cultivo; 35 (32.71%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales 17 son distintivos, como: Pesca sustentable SAFE y ESR; y 18 son productos certificados Best Aquaculture Practices (BAP).

De los 94 productos a **granel** evaluados, dos (2.13%) mencionan el nombre científico, tres (3.19%) el país de origen y dos (2.67%) si es de pesca silvestre o cultivo.





#### 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 **comercialización sostenible**, en los productos enlatados ofertados en Grupo Soriana, se encuentran ensaladas de sierra ahumada y de surimi, pero al no tener información de la especie no se puede comprobar que no correspondan a especies dentro de la NOM-059-SEMARNAT-2010 y la NOM-017-PESC-1994. Dentro de los productos congelados se identificó la oferta de "trucha arcoiris" pero debido a que no se especifica el nombre científico de la especie no fue posible cotejar si el producto corresponde a la especie protegida bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010. En la oferta de productos a granel se encontraron ocho productos que no cuentan con nombre científico (almejas, caracol, trucha fresca, surimi, figuritas y barritas de pescado, filete de cazón) y no se pudo verificar si están incluidos en la NOM-059-SEMARNAT-2010 o la NOM-017-PESC-1994.

#### 5. Derechos humanos y laborales (0.67/1.00)

En su [\*Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2024\*](#) se detallan acciones de políticas y manuales de seguridad e higiene. Soriana recibió por segundo año consecutivo la Certificación en Entornos Laborales Seguros y Saludables (ELSSA) del IMSS.

Desarrollaron programas como "Soriana Wellness" y "Amo lo que hago con Seguridad", orientados a crear entornos seguros y fomentar la cultura preventiva. También tienen programas

de capacitación en prevención de riesgos. Se implementaron programas específicos como: "Embajadores de la Prevención", con 33,931 colaboradores capacitados; y "Promotores de la Prevención", enfocado en prevención de accidentes. También se ofrece capacitación para nuevos ingresos, obligatoria antes del uso de maquinaria o herramientas, con módulos específicos, lo que abarca directamente la manipulación de productos como pescados y mariscos.

Soriana cumple con las condiciones laborales con equidad y cuenta con un compromiso contra la discriminación laboral y una Política de Igualdad Laboral y No Discriminación, respaldada por la recertificación en la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación, otorgada por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, Inmujeres y Conapred, con Nivel Plata. Además, su Código de Ética prohíbe expresamente toda discriminación. Además, implementa mediciones del clima laboral para evaluar la cultura de no discriminación y programas de inclusión como "Yo Te Incluyo", que promueven un entorno que respeta las diferencias. Se fomenta además la equidad de género en equipos de trabajo (50% mujeres y 50% hombres) y se ofrecen capacitaciones en temas de igualdad. No obstante, no cuentan con el distintivo ESR del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).





## 6. Impacto Ambiental (1.00/1.00)

Soriana mantiene una alianza con la Red de Alimentos de México (BAMX) para donar alimentos frescos y abarrotes que no son aptos para la venta pero se encuentran en buen estado para el consumo. En su [Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2024](#) se menciona que se mejoró el proceso de donativos en especie (de productos frescos y abarrotes) beneficiando a 119 instituciones y más de 379 mil personas. En el mismo informe se presentan las estrategias para minimizar el uso de materia prima y residuos en empaques.

En las áreas de frescos y alimentos preparados, el 48.5% de los empaques adquiridos en 2024 siguieron una estrategia sustentable, con materiales alineados a la economía circular. También se reporta que se evitó la generación de 17,507 kg de residuos de cartón y envases plásticos. Soriana promueve el uso responsable de materiales en alimentos y frescos, asegurando el cumplimiento de regulaciones y fomentando prácticas de reaprovechamiento y reciclaje.

En cuanto al uso de energía renovable y eficiencia energética, en 2024, el 53% del consumo total de electricidad provino de fuentes renovables, lo que significó una reducción de 305,983 toneladas de CO<sub>2</sub> y se anunció un plan para seguir instalando sistemas solares en al menos 10 tiendas para 2025. Además, sustituyeron equipos de aire acondicionado por sistemas de mayor eficiencia en más de 100 tiendas, reduciendo consumo eléctrico. Han implementado tecnologías para control de plagas e higiene con menor impacto ambiental y que contribuyen indirectamente a la eficiencia operativa.



## Grupo La Comer (2.71/10.00)

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

**Distribución en México:** Grupo La Comer tiene 89 tiendas que incluyen los formatos La Comer con 38, City Market con 16, Fresko con 22 y Sumesa con 13 unidades.

En esta nueva edición 2025 Del mar al supermercado, La Comer alcanzó un puntaje de 2.71/10.00, 0.67 más que lo obtenido en la evaluación del 2023. Estos son los resultados para cada criterio:

	2023	2025
1. Abastecimiento Sostenible	0/2.00	0.25/2.00
2. Trazabilidad	0/2.00	0/2.00
3. Etiquetado	0.81/2.00	0.80/2.00
4. Incidencia para la sostenibilidad	0/2.00	0/2.00
5. Derechos humanos y laborales	0.67/1.00	0.67/1.00
6. Impacto Ambiental	0.67/1.00	1.00/1.00
<b>Calificación total</b>	<b>2.14/10.00</b>	<b>2.71/10.00</b>



Foto por Oscar León (wikimedia commons)





### 1. Abastecimiento Sostenible (0.25/2.00)

Grupo La Comer no cuenta con un compromiso específico de abastecimiento sostenible para pescados y mariscos; sin embargo, en la página 30 de su Informe Anual 2024 mencionan el fortalecimiento continuo de sus criterios de abastecimiento responsable, privilegiando a proveedores que cuentan con certificaciones ambientales reconocidas internacionalmente, como NSF y ASC para productos del mar.

### 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 comercializan. Tampoco se ofrece un canal de comunicación con el consumidor que desee conocer dicha información.

### 3. Etiquetado (0.80/2.00)

Grupo La Comer destaca por tener el mayor número de productos evaluados, con un total de 374. De estos, 168 productos fueron enlatados y envasados, 90 productos congelados y 116 productos a granel.

De los 168 productos **enlatados y envasados**, el 100% cumplen con los requerimientos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. En cuanto a la información adicional de la etiqueta 90 (53.57%) de los productos indican el nombre científico, dos (1.19%) su origen geográfico, cinco (2.98%) si es de pesca silvestre o cultivo, tres (1.79%) el método de captura, 74 (44.05%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales 72 (42.86%) son distintivos, como ESR, Protegemos al delfín, Amigo del delfín, Dolphin Friendly, Dolphin Safe y Safe, y dos (1.19%) son productos certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos, como Marine Stewardship Council (MSC).

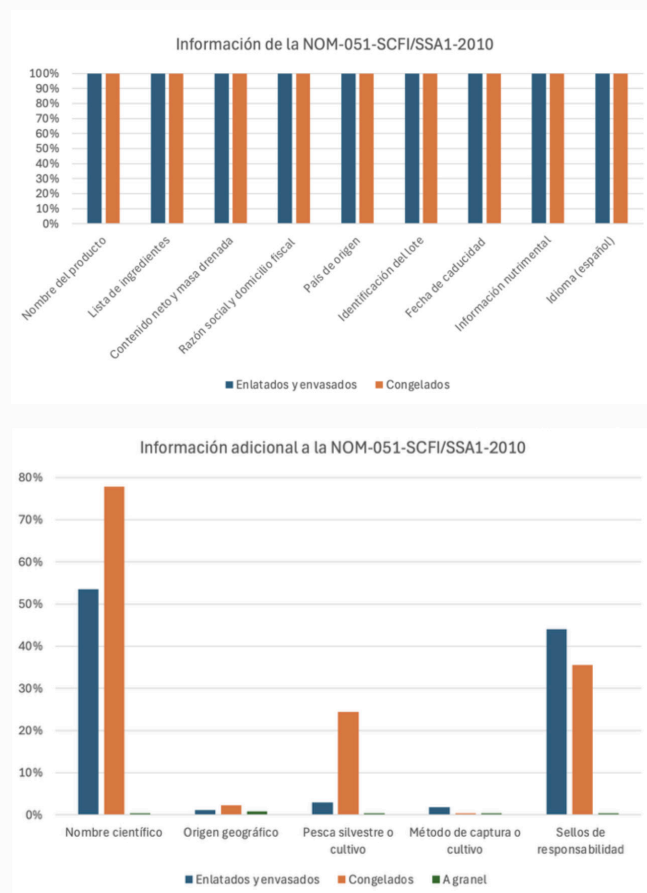
De los 90 productos **congelados** evaluados, el 100% cumple con los requerimientos establecidos en la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. 70 (77.78%) de los productos evaluados indican el nombre científico, 2 (2.22%) el origen geográfico, 22 (24.44%) si son de pesca silvestre o cultivo, 32 (35.56%) cuentan con sellos de responsabilidad social y/o ambiental, de los cuales, 20 (22.22%) son distintivos como: Pesca artesanal sustentable, Pesca responsable, Pesca sustentable, ESR, Turtle Safe, Safe, Pesca con futuro, y 12 (13.33%) son productos certificados bajo estándares internacionalmente reconocidos: Best Aquaculture Practices (BAP) (10); FairTrade (1); ASC (1).







Finalmente, en la evaluación de los 116 productos a **granel**, se observó ausencia de información proporcionada al consumidor en relación con la cantidad de productos ofertados. Sólo un producto (0.86%) indica el país de origen.



#### 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**, se observaron algunos casos que sí se encuentran dentro de estas normativas y otros que “podrían” estarlo. Para enlatados y envasados se identificaron dos productos de la marca Altamar: almejas en salmuera y caracol, que podrían corresponder a especies sujetas a protección especial bajo la NOM-059-SEMARNAT -2010. Sin embargo, debido a que los empaques no especifican el nombre científico, no fue posible confirmarlo.

En el área de congelados se detectó el producto ShellPride (trucha salmonada y trucha arcoíris ahumada). Estas especies (*Oncorhynchus mykiss*, *Salmo nelsoni*) están sujetas a protección especial de acuerdo con la NOM-059-SEMARNAT -2010. No obstante, al no especificarse si el producto proviene de cultivo o de pesca silvestre, no es posible asignarle el puntaje máximo en este rubro. En cuanto a los productos a granel se encontraron:

- Bacalao en trozos congelado (City Market), sin verificación, aunque suele emplearse tiburón, especie catalogada como amenazada bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010.
- Filete de Dorado (City Market), especie exclusiva de la pesca deportiva-recreativa según la NOM-017-PESC-1994.
- Sierra ahumada y entera (City Market), que por nombre común podrían corresponder al pez sierra común (*Pristis pristis*), especie en peligro de extinción bajo la NOM-059-SEMARNAT-2010.
- Langostino, que podría incluir especies catalogadas como amenazadas o sujetas a protección especial.
- Otros productos a granel como barritas, figuritas, filetes marinados/orientales, hamburguesas de pescado y langostino no dan información suficiente para verificar si corresponden a especies reguladas.



## 5. Derechos humanos y laborales (0.67/1.00)

Grupo La Comer de acuerdo con su [Informe Anual 2024](#) cuenta con un reglamento interno de trabajo alineado con la normatividad establecida por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y en cumplimiento con lo dispuesto en la Ley de Protección Civil. Realizan de manera periódica eventos internos de protección civil en todas sus sucursales, con el propósito de establecer acciones preventivas de mitigación y auxilio en los establecimientos. Estas medidas están orientadas a salvaguardar la integridad física de colaboradores, visitantes, proveedores y clientes que acuden a sus instalaciones. Asimismo, mantiene el compromiso de cumplir con las Normas de seguridad e higiene, y aquellas que promueven el cuidado de la salud psicosocial de sus colaboradores. También aplica procesos responsables con el entorno ecológico y asegura que las áreas de trabajo se conserven en condiciones higiénicas y seguras, lo que contribuye a garantizar un entorno organizacional favorable.

Dentro de su [Código de Ética](#), Grupo La Comer establece el compromiso de mantener un ambiente laboral de respeto y profesionalismo, prohibiendo cualquier forma de discriminación conforme a la **Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación**. Promueve el **empleo justo y equitativo**, ofreciendo oportunidades a todas las personas candidatas calificadas. Mantiene una **cultura libre de discriminación, hostilidad y acoso**, donde no se toleran conductas ofensivas como bromas, gestos o contacto

físico inapropiado. Reafirma su respeto a las **leyes laborales** y fomenta relaciones colectivas con sindicatos mediante contratos colectivos, asegurando la **equidad entre los intereses del personal y de la empresa**. De acuerdo con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la empresa no cuenta con el distintivo ESR.

## 6. Impacto Ambiental (1.00/1.00)

En su [Informe Anual 2024](#), Grupo La Comer describe su estrategia de economía circular y gestión de residuos. La empresa ha fortalecido sus sistemas de clasificación y valorización de residuos, asegurando que los materiales recuperables se reintegren a las cadenas productivas. La gestión diferenciada de residuos orgánicos e inorgánicos, combinada con alianzas estratégicas con gestores especializados, ha permitido mantener una tasa significativa de desvío de residuos a rellenos sanitarios.

En 2024, las ventas relacionadas con aceite y cárnicos ascendieron a 197.7 miles de pesos, mientras que las ventas de pan y tortilla alcanzaron 1,076.2 miles de pesos.



Grupo La Comer mantiene alianzas con Banco de Alimentos México y nueve instituciones en el país, a través de las cuales dona alimentos a casas hogar, asilos y centros de atención para personas con discapacidad, contribuyendo así a la cadena de valor que mejora la alimentación y nutrición en México. Durante 2024, la empresa donó aproximadamente 712 toneladas de pan y más de 1,060 toneladas de frutas y verduras, beneficiando a alrededor de 1.8 millones de personas.

En línea con su compromiso con la economía circular, Grupo La Comer estableció una alianza estratégica para la gestión integral de residuos plásticos post-consumo en la Ciudad de México, con el objetivo de evitar que materiales reciclables terminen en rellenos sanitarios, también buscan promover la cultura de responsabilidad ambiental entre sus clientes. El programa opera en las 28 sucursales de la CDMX a través de cinco puntos de acopio móviles que rotan entre tiendas y puntos de acopio fijos en diferentes alcaldías; un programa de educación ambiental sobre separación correcta de residuos y servicio de recolección a domicilio.

Grupo La Comer materializa su compromiso con la acción climática a través de una estrategia de descarbonización que prioriza el uso de energías renovables y la eficiencia energética. En 2024, el 42% de su consumo eléctrico provino de fuentes alternativas y el 22% de fuentes de energía limpia, distribuidas en 17 sucursales alimentadas por energía eólica, 31 unidades operando con sistemas de cogeneración eficiente y 21 locaciones equipadas con sistemas fotovoltaicos. La implementación de tecnologías eficientes en refrigeración, iluminación LED y sistemas de climatización inteligente ha permitido optimizar el consumo energético de la empresa.







# Conclusiones

---

En los últimos años, el papel de los minoristas ha cobrado creciente relevancia en la promoción de prácticas responsables que contribuyen al desarrollo sostenible. Como vínculo directo entre productores y consumidores, estas empresas influyen de manera decisiva en la forma en que se producen, distribuyen y consumen los bienes. La adopción de buenas prácticas en abastecimiento, trazabilidad, etiquetado, derechos laborales e impacto ambiental fortalece la confianza del consumidor e impulsa la competitividad e innovación del mercado. Analizar sus estrategias permite identificar avances, áreas de oportunidad y ejemplos replicables en beneficio de la sociedad y el medio ambiente.

## Abastecimiento sostenible

El abastecimiento responsable sigue siendo uno de los mayores retos del sector, pues implica un compromiso de que los productos provengan de fuentes social y ambientalmente responsables. En México y Latinoamérica, la mayoría de los supermercados declara preferir proveedores responsables y cumplir la normatividad, pero son pocas las empresas con políticas claras y metas cuantificables.

El análisis muestra que Walmart, Costco y Chedraui son los más avanzados. Estos minoristas cuentan con políticas de abastecimiento sustentable, metas por año y preferencia por

proveedores certificados (MSC, ASC, BAP), además de que algunos de ellos promueven proyectos de mejora pesquera o acuícola. Walmart busca que para 2025 el 100 % de sus marcas propias provenga de fuentes certificadas o en mejora; Costco impulsa alianzas internacionales para fortalecer la acuicultura responsable; y Chedraui fue pionero regional en adoptar políticas tempranas y colaborar con organizaciones civiles para excluir especies en riesgo.

H-E-B y La Comer muestran avances parciales, con referencias generales a proveedores responsables pero sin metas medibles. Soriana permanece como el caso más rezagado, sin compromisos explícitos ni políticas específicas. En general, el compromiso de abastecimiento sostenible de la mayoría de los minoristas sigue siendo un aspecto discursivo. Expresan compromisos generales sin calendarios, metas de compras sostenibles ni mecanismos de verificación pública, lo que deja espacio a riesgos de comercialización de especies sensibles o de origen incierto.

## Trazabilidad

La trazabilidad es clave para garantizar legalidad, seguridad y sostenibilidad en los productos pesqueros y acuícolas, pero los avances siguen siendo desiguales. La mayoría de los supermercados comunican compromisos generales con proveedores responsables, aunque pocos han desarrollado sistemas públicos y verificables para rastrear el origen de los productos desde la captura o cultivo hasta el punto de venta.



Walmart y H-E-B obtienen las calificaciones más altas. Walmart integra auditorías, estándares internacionales y colaboración con organizaciones para monitorear a sus proveedores. H-E-B aplica innovación tecnológica mediante blockchain, valida certificaciones con la Global Seafood Alliance y complementa con auditorías aleatorias y visitas a granjas. Chedraui cumple la normatividad nacional y realiza auditorías, aunque sin mecanismos transparentes de verificación pública. Costco exige trazabilidad total y auditorías, pero no hay información detallada de su implementación en México. Soriana cumple solo con requisitos legales mínimos y La Comer carece de información pública sobre la procedencia de sus productos.

En los mejores casos, el etiquetado complementa parcialmente la trazabilidad al ofrecer datos básicos como país de origen o certificaciones ambientales; sin embargo, aún faltan plataformas abiertas para que los consumidores verifiquen origen, métodos de producción y legalidad de especies, lo que mantiene riesgos reputacionales y ambientales.

### Etiquetado

El etiquetado de productos marinos ha mejorado con la NOM-051-SCFI/SSA1-2010, que exige información clara sobre ingredientes y valores nutrimentales. La mayoría de los alimentos envasados y congelados cumple con esta norma, estableciendo un piso mínimo de información para los consumidores.

Algunos proveedores de pescados y mariscos incluyen datos adicionales —nombre científico, país de origen, método de producción y certificaciones (MSC, ASC, BAP, ESR, entre otras)—, lo que favorece la transparencia y decisiones de compra informadas. Sin embargo, la información

detallada suele encontrarse solo en productos enlatados o congelados, mientras que en el granel es limitada y se omiten datos clave como método de pesca o procedencia.

Algunos supermercados han mostrado un esfuerzo destacado por fortalecer la transparencia y la trazabilidad de sus productos de marca propia. En particular, Costco con su línea Kirkland Signature, H-E-B con Reserva Selecta, Soriana con Member's Choice y Walmart con Marketside, incorporan más elementos informativos en el etiquetado —como especie, país de origen y método de cultivo además de contar con certificaciones internacionalmente reconocidas— en comparación con otras marcas disponibles en el mercado. Este nivel de detalle refleja un compromiso con el consumidor, al ofrecer información clara sobre la procedencia y las prácticas de producción de los productos del mar que comercializan.

No obstante, otras marcas comerciales no ofrecen este tipo de información. Es así, que existe un doble reto para los minoristas. Por un lado, incentivar a los proveedores para integrar información complementaria que respalde la legalidad y sostenibilidad, y por otro lado, estandarizar los formatos en todas las presentaciones (enlatado, congelado y a granel), garantizando información completa y confiable.



## Incidencia para la sostenibilidad

Este criterio evalúa la contribución de los minoristas a la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor. El panorama muestra avances parciales, con colaboraciones puntuales con organizaciones civiles e iniciativas de sensibilización, pero sin estrategias integrales.

- **Aprovechamiento sostenible:** pocos minoristas participan en proyectos de mejora pesquera o acuícola. Chedraui destaca por su colaboración con SmartFish A.C., y Costco apoya proyectos internacionales; el resto muestra políticas generales sin evidencia de acción local.
- **Comercialización sostenible:** Chedraui sobresale al no comercializar especies reguladas, mientras que otras cadenas (Walmart, H-E-B, Soriana y La Comer) presentan riesgos al ofrecer productos que al carecer de información completa queda la incertidumbre que se trate de especies sujetas a protección (NOM-059-SEMARNAT-2010, NOM-017-PESC-1994), especialmente en productos a granel.
- **Consumo sostenible:** es la dimensión más débil. Ninguna cadena ha desarrollado campañas sostenidas de educación o marketing sobre consumo responsable; Chedraui y H-E-B realizan acciones puntuales, pero sin continuidad ni alcance masivo.

En conjunto, la incidencia en sostenibilidad sigue siendo incipiente. Se requieren estrategias con metas claras para la eliminación de la venta de especies en riesgo, trazabilidad completa y campañas de consumo responsable que orienten al cliente hacia productos legales y sostenibles.

## Derechos humanos y laborales

El respeto a los derechos laborales se ha convertido en un estándar impulsado por marcos nacionales e internacionales (OIT, ONU, OCDE). Las cadenas en México suelen contar con políticas de seguridad y salud laboral alineadas con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) y la NOM-035, además de programas de capacitación, diversidad e inclusión (DEI). Algunos incluyen cláusulas mínimas sobre respeto a derechos en sus códigos de conducta, aunque con mecanismos de verificación limitados.

Todas las cadenas cumplen con la normativa básica y programas de prevención. Walmart destaca por el cumplimiento integral (Ley Silla, comisiones de higiene y seguridad), y Soriana ha obtenido certificaciones nacionales como Entornos Laborales Seguros y Saludables (ELSSA) del IMSS y la recertificación en igualdad laboral (NMX-R-025).

En equidad e inclusión, Walmart lidera con programas para mujeres, comunidad LGBTQ+ y personas con discapacidad; Chedraui mantiene compromisos con la ONU e impulsa mentorías y salas de lactancia; H-E-B y La Comer tienen códigos de ética y no discriminación; Costco aplica lineamientos globales con poca evidencia local.

En validación externa, solo Walmart conserva consistentemente el Distintivo ESR de Cemefi, mientras que el resto no lo ostenta o no lo ha renovado. Aunque el sector ha avanzado en políticas internas, enfrenta el reto de consolidar rendición de cuentas externas y verificar condiciones laborales en toda la cadena de suministro, especialmente en pesca y logística, donde los riesgos son mayores y menos visibles.





## Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el ámbito con mayores avances y visibilidad. Los supermercados han incorporado estrategias de eficiencia energética, reducción de residuos y mitigación de emisiones, con resultados tangibles en tres ejes:

- Reducción del desperdicio de alimentos: todas las cadenas cuentan con programas de donación y rescate de perecederos. Walmart y La Comer suman innovaciones como venta de frutas y verduras “imperfectas” y sistemas de tickets para productos próximos a caducar.
- Reducción de envases y plásticos: los minoristas aplican medidas de economía circular, sustitución de unicel, uso de PET reciclado y campañas de reciclaje. Varias cadenas fijan metas de empaques 100% reciclables, reutilizables o compostables en el corto plazo.
- Energía renovable y eficiencia energética: múltiples cadenas reportan entre 50 % y 70 % de consumo eléctrico proveniente de fuentes renovables y metas hacia 2035. Walmart, Chedraui y Soriana presentan los compromisos más ambiciosos; H-E-B, Costco y La Comer avanzan con paneles solares y plantas de tratamiento.

Este criterio representa el desempeño más sólido y homogéneo ya que los supermercados ya implementan acciones concretas que contribuyen a la mitigación del cambio climático y la reducción de residuos, consolidando este ámbito como su principal área de liderazgo.



## Referencias bibliográficas

- Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca. (2023). Anuario estadístico de acuacultura y pesca 2023. Gobierno de México.
- Chávez, S. (2023). Preferencia de los mexicanos al comprar pescados y mariscos. Causa Natura Center.
- Hayashida, A. H. y Onofre, M. F. (2025). Del mar al supermercado: La venta de pescados y mariscos sostenibles. Causa Natura Center.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2025). Foro de discusión de la Ley General de Pesca y Acuacultura. Cámara de Diputados.

Un informe de **Causa Natura Center**



# Del mar al supermercado 2025

La venta de pescados y mariscos sostenibles

[causanaturacenter.org](https://causanaturacenter.org)



Causa Natura A.C.



@cn\_center