

La sustentabilidad abre puertas a mercados de venta de pescados y mariscos: Cosorema

Posted on 19 de mayo de 2025 by Diario Humano



Certificaciones como Fair Trade USA y la búsqueda del sello MSC permiten a cooperativas mexicanas de camarón competir en cadenas de autoservicio, mientras enfrentan retos de financiamiento y acceso a tecnología.

Por Juan Luis García/Causa Natura Media

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur. -Esfuerzos en el noroeste del país acompañan a las cooperativas pesqueras para volverse más sustentables. Los productos sustentables aumentan sus posibilidades de entrar a cadenas de supermercados, apuntó Iván Pérez, fundador y director general de la organización civil Conservación



Sostenible de los Recursos Marinos y Acuáticos (Cosorema), una organización civil dedicada a implementar modelos sustentables en la pesca.

Los minoristas, a su vez, han elevado los estándares en las políticas de compra. Un desafío que las cooperativas pesqueras de camarón en México se esfuerzan por cumplir. En una conversación con Causa Natura, Pérez detalla qué espacios han ganado las organizaciones de pesca con las que trabaja a través de las prácticas de sustentabilidad.

Esta entrevista ha sido editada para su síntesis y comprensión.

— **¿Cómo apoya Cosorema la pesca sustentable de camarón?**

— En Cosorema trabajamos muy de cerca con cooperativas y comunidades pesqueras para que la pesca de camarón no sólo sea productiva, sino también responsable con el mar. Los acompañamos en procesos como el uso de redes más selectivas, por ejemplo, la red suripera o el chango artesanal o hacer algunos ajustes en estos tipos de redes que son más utilizados en la pesca de camarón.

También los apoyamos con capacitaciones, en talleres con pescadores y hasta monitoreo comunitario durante las vedas de camarón. Todo lo hacemos con la idea de cuidar el recurso. Como dice el concepto de sostenibilidad: asegurar el recurso hoy para que siga habiendo mañana.

— **¿Es más fácil comercializar un producto sustentable?**

— Pues mira, la sustentabilidad la consideramos como un plus que cada vez pesa más en la venta. Eso sí lo estamos teniendo en cuenta. Ahora los compradores y también los consumidores valoran saber que detrás del camarón de su mesa o en su platillo hay buenas prácticas, que hay respeto por el ambiente y que hay un trabajo digno...

Entonces, esto abre puertas a mercados con mejor precio, acceso a certificaciones que le dan mayor valor y a canales más grandes como supermercados o exportación.

— **En el caso de las cooperativas con las que ustedes trabajan, ¿sus productos llegan a supermercados en México?**

— Sí, mira, la verdad, yo desde mi experiencia he sabido que, a raíz de estas buenas prácticas y con las comerciantes con que se asocian, han entrado en mercados como Costco, Wal-Mart, algunos Sorianas, y otros retailers en ciudades de mayor población como Ciudad de México o Guadalajara.

Esos son los mercados (de índole nacional) que tengo conocimiento donde se han incorporado o han aparecido estos productos, sobre todo, el camarón con el logo (sustentable) por ahí en estas cadenas de supermercados nacionales.



— **En el caso de las que están vinculadas con Cosorema, ¿qué certificación es?** **(En septiembre del 2024, el camarón artesanal de México entró en proceso de [evaluación para la obtención de un certificado de MSC](#). Cosorema, junto con Del Pacífico, fue el cliente que hizo la solicitud a favor de 14 cooperativas artesanales).*

— Son Fair Trade USA.

Sobre *Marine Stewardship Council* (MSC) aún no llegamos a ese punto, estamos todavía en la búsqueda.

— **Volviendo al tema del acceso a mercados preferenciales, ¿es más fácil vender en el extranjero si el producto demuestra ser sustentable?**

— No es más fácil en términos de infraestructura, pero obviamente te abre mercados diferentes, una diversificación mayor.

¿Por qué? Porque en el extranjero, hablando de Estados Unidos como principal comercializador de México e importador de productos mexicanos de mariscos, pues está exigiendo cada vez más el tema de la sustentabilidad dentro de los recursos. Entonces, sí, de alguna manera.

— **Bueno, volviendo al tema de la producción, ya me decías de las artes de pesca. ¿Cuál dirías tú que es la principal barrera para producir sustentable?**

— Pues mira, desde la experiencia que hemos tenido trabajando lo que más frena es la falta de acceso a tecnología, asesoría técnica constante y, sobre todo, creo que es muy importante el financiamiento en primer lugar.

Muchas veces los pescadores quieren hacer las cosas bien, pero no tienen con qué, y claro, todo cambio requiere tiempo, inversión y acompañamiento.

— **¿Crees que certificaciones como MSC son un paso para entrar a mercados de minoristas?**

— Pues mira, hablando de MSC, lo considero como una herramienta muy valiosa, porque es la más reconocida a nivel global.

Es un respaldo que te abre muchas puertas en mercados nuevos, pero también entendemos que no todas las comunidades están listas para obtenerlas. Por eso nosotros apoyamos desde procesos de mejora continua, preevaluaciones, la preparación de la certificación.

La idea es que, paso a paso, más productores puedan alcanzar ese estándar sin quedar fuera desde el inicio, pero conscientes de que es un reto. Tanto en costos como en un cambio de visión muy fuerte de lo que se ha venido haciendo. Entonces, se genera un compromiso muy importante.

— **Hemos visto que en las políticas de compra de supermercados, por ejemplo, Walmart, les importa**

mucho tener el certificado de MSC o un equivalente. ¿Crees que las certificaciones en las políticas de compra llegaron para quedarse?

— Yo digo que sí, porque es hacia donde apuntan todas las iniciativas a nivel global. El movimiento de economía azul, de seguridad alimentaria, todo en términos y en conceptos de lengua inglesa van apuntando hacia allá.

Entonces, además el respaldo de la ONU, de su agenda 2030 con políticas, con acuerdos cada vez más importantes de que todos tenemos que ir reduciendo la huella de carbono y la explotación de los recursos. Entonces, sí, creo que están para quedarse.

Falta ver cómo permean estos a otras regiones porque la mayoría de las políticas de supermercados que mencionas son en regiones de primer mundo.

*Este artículo fue originalmente publicado en [Causa Natura Media](#).