

El reto de la trazabilidad en los pescados congelados al vacío en supermercados

Posted on 26 de octubre de 2025 by Daniela Reyes



Expertos advierten que los filetes congelados carecen de información sobre origen, métodos de producción y responsables sanitarios.

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur.-En los supermercados es común ver pescados enteros congelados o filetes en bolsas genéricas sin un sistema de trazabilidad que permita obtener más información sobre todas las etapas que pasó el producto desde su origen hasta el lugar donde se exhiben para la venta.

De acuerdo con el comercializador Daniel Valles, el consumidor no puede saber con certeza qué producto es, de dónde viene, ni quién lo comercializa, lo cual puede representar un riesgo para la salud y un atraso con respecto a otros productos como la carne de res, de pollo o los huevos en los que existe una cultura de parte del consumidor



por exigir trazabilidad.

Valles se dedica al sector de pescados y mariscos desde hace 16 años, y actualmente encabeza Amor a Mar, un restaurante y comercializadora.

En entrevista con Causa Natura Media, Valles señaló que es importante que el consumidor exija trazabilidad a los supermercados para que pueda tener un consumo responsable de estos productos.

**Esta entrevista ha sido editada para su síntesis y mejor lectura.*

— **¿Qué tan avanzada está la trazabilidad en los supermercados?**

Hay una sección en el supermercado donde hay filetes empacados al vacío de tilapia o salmón que no proporcionan información. O hay filetes que lo ponen en charolas y lo empaquetan, ahí la única información que viene es la que el supermercado le pone como descripción del producto, su precio, su consumo preferente, pero de trazabilidad no trae nada de información.

No sé por qué es permitido que se vendan bolsas de plástico genéricas con algo que no sabes qué empresa es la responsable, no sabes de dónde viene, no sabes si es lo que dicen que es.

Entiendo que ese filete viene de un embalaje más grande y ahí vendrá la información, eso lo sabe el supermercado, pero el consumidor final de todos los días no tiene idea de esa información.

— **¿Cuál es la actitud del consumidor ante esta situación?**

Si tú le preguntas al mexicano común qué marca de salmón consume, nadie sabría, te dirían HEB, Soriana o Costco pero no son marcas de los supermercados. No saben la marca de lo que se está comiendo y que le está dando a sus hijos.

Estamos comprando a ciegas. No sé por qué se permite tanta libertad en este tema y que además se presta para confusión del consumidor final.

— **¿Por qué es importante la trazabilidad?**

Yo le pregunto a las personas, '¿cuándo has comprado un huevo sin saber de dónde viene o un jamón sin marca?', eso no pasa en otros productos y por qué en el pescado sí.

Si al consumirlo te enfermas, ¿a quien haces responsable?

La trazabilidad es muy grande cuando hay una posible intoxicación o brote sanitario, porque así se puede identificar el origen e ir a clausurar el lugar, y la gente tiene el derecho de saber quién hizo mal, quién no tuvo las prácticas correctas para desencadenar una epidemia.



También como consumidores ayudaría saber qué prácticas tienen a la hora de producirlo, por ejemplo, conocer si se trata de un cultivo en el océano o en una pileta, o si le meten hormonas o antibióticos. Mientras que en el caso de la pesca salvaje o silvestre, conocer qué arte o métodos de pesca se utilizaron. Con esto podremos inclinarnos a lo sustentable y decidir.

— **¿Cómo influye la trazabilidad en la calidad del pescado que se consume?**

Pienso que al menos el que estés más informado como consumidor permite tener una idea de las temporalidades para consumir pescados y esto te acerca un poco más al mar.

El problema es que la gente quiere llegar a un supermercado y que esté todo el mar muerto esperando a ver qué se me antoja y qué me llevo a mi casa, por eso al final es probable que te lleves un producto de mala calidad, porque aunque esté congelado con el tiempo se degrada la proteína.

En Amor a Mar tenemos un modelo de consumo responsable donde nos comunicamos con nuestros clientes para que hagan su pedido de pescado de manera anticipada, pides y te llega días después. Esto es parte del juego de lo fresco y de la temporalidad. Todo para poder asegurar y respetar la calidad del producto.

— **¿Cómo se podría exigir trazabilidad en estos productos a los supermercados?**

Tenemos que ser consumidores más conscientes y preguntar por más información si no está ahí a la vista. Es tu responsabilidad como consumidor pedir que te muestren los datos del embalaje para conocer el nombre de la empresa de la cual estás comprando tu producto. El cambio no va a venir de ellos, el cambio va a venir cuando nosotros como consumidores les cuestionemos, y así va avanzando.

Y son bien inteligentes los supermercados, no van a dar más de lo que le exige el consumidor. Es decir, el precio debe de estar justificado por la demanda, necesita asegurar que el nicho de mercado lo va a pagar. Si el consumidor le demanda productos de mayor calidad y trazabilidad, se lo va a poner en su anaquel.

**Este artículo se publicó originalmente en [Causa Natura Media](#).*