

Fecha: 27-05-2025
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Alimentos
 Tipo: Noticia general
 Título: **La trazabilidad cambia la forma de vender productos marinos**

Pág.: 5
 Cm2: 211,1

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

DEL OCÉANO A LA VITRINA:

La trazabilidad cambia la forma de vender productos marinos

Certificaciones que permiten rastrear el trayecto completo del alimento desde que es extraído responden a las exigencias de información por parte de los consumidores, aseguran su sostenibilidad y respeto a la ley, y apoyan la incorporación de la pesca artesanal al gran comercio.

RICHARD GARCÍA

Un kilo de machas puede ofrecer más que frescura. A través de esquemas de trazabilidad y colaboración entre autoridades, pescadores y supermercados, el consumidor puede conocer visualmente su origen, legalidad y sustentabilidad. Datos como la caleta de origen, el organismo certificador o la temporada de extracción se vuelven hoy accesibles con solo escanear un código QR desde el teléfono móvil.

Esta nueva forma de consumir productos del mar gana fuerza en Chile gracias a iniciativas que han comenzado a transformar la relación entre pesca artesanal y gran comercio. En abril pasado se entregaron las primeras 240 mallas de machas con código QR en Jumbo La Serena, como parte del programa La Mejor Macha, impulsado por el Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca) y el proyecto PNUD-GEF Humboldt II. Este sistema permite a cualquier consumidor rastrear el trayecto del producto, desde su extracción del mar hasta su llegada a la vitrina.

MAYOR CONFIANZA

En períodos de alta demanda como fin de año o Semana Santa —críticos para la cadena de abastecimiento—, estas certificaciones cobran especial relevancia, ya que permiten reforzar la legalidad y sostenibilidad del consumo.

Uno de los incentivos que respaldan este enfoque es el Sello Azul, herramienta que distingue a los locales que comercializan productos marinos de origen legal. Esta certificación también impulsa el desarrollo local, al facilitar el ingreso de la pesca artesanal a los canales de distribución modernos.

En ese contexto, la cadena Jumbo, de Cencosud, fue la primera en recibir el Sello Azul en 2019 y actualmente es la única que cuenta con esta certificación en sus 59 locales del país. El sello se aplica tanto a tiendas con pescadería fresca como a las que operan solo con productos congelados, lo que amplía su alcance. Desde hace años, la empresa trabaja con Sernapesca para acreditar progresivamente cada una de sus tiendas, en coordina-



EL SELLO AZUL DISTINGUE A LOS LOCALES que comercializan productos del mar de origen legal.

Conocer el historial completo de un producto, desde su extracción hasta la venta, garantiza su sostenibilidad e incentiva el consumo informado.

ción con sus proveedores y equipos de aseguramiento de calidad.

SEÑAL CLARA

“En Jumbo adherimos a este tipo de iniciativas porque tenemos un compromiso con la alimentación responsable, una obsesión por la calidad y porque como parte del equipo Cencosud buscamos servir de forma extraordinaria en cada momento. Por ello, contamos con distintas certificaciones en nuestros productos, entre ellos, los que provienen del mar, y esperamos continuar potenciando nuestro trabajo con autoridades y productores para seguir contribuyendo con una industria más responsable y transparente, y ofrecer una experiencia al cliente diferenciadora”, destaca Marcela Riveiro,

gerenta de Aseguramiento de Calidad en Supermercados Cencosud.

El programa Sello Azul también busca promover el consumo informado; al identificar establecimientos comprometidos con las normas vigentes, se da una señal clara sobre qué productos provienen de fuentes legales y sostenibles.

“A la fecha, Sernapesca cuenta con 134 locales acreditados con Sello Azul, entre ellos, todas las pescaderías de la cadena Jumbo, y estamos muy orgullosos de trabajar con GEF Humboldt y PNUD un proyecto para fortalecer también la oferta legal de machas a través de la incorporación de códigos QR que permitirán diferenciar los productos legales en el mercado y entregar a los consumidores un elemento claro para preferir recursos de origen sustentable y sostenible 100% provenientes de la pesca artesanal”, afirma Soledad Tapia, directora nacional del servicio.

A través de su red de proveedores, Jumbo trabaja con más de 50 caletas a lo largo del país, lo que le permite ofrecer más de 48 variedades de pescados y mariscos en distintos formatos, frescos o congelados, con garantía de origen.

TENDENCIA GLOBAL

En países desarrollados, la trazabilidad en productos del mar no solo es distintivo de calidad, sino una exigencia normativa o cultural.

Noruega tiene un sistema digital de trazabilidad para todos los productos del mar exportados, incluyendo salmón y bacalao, que permite conocer su historial desde la piscifactoría hasta el punto de venta, en cualquier parte del mundo. En Japón, los mercados de pescado tradicionales combinan tecnologías de trazabilidad con una cultura de transparencia y respeto por el producto. En Estados Unidos, organizaciones como FishWise y el programa Seafood Watch del Acuario de Monterey Bay colaboran con cadenas de supermercados para promover etiquetas que identifican prácticas sostenibles, origen legal y especies en riesgo.

En América Latina también hay iniciativas relevantes. En Perú, por ejemplo, la organización EcoPescas impulsa la trazabilidad digital para asegurar el origen legal de especies como el jurel o la caballa, involucrando a cooperativas de pescadores artesanales y comercializadoras locales.