



Día Mundial de la Pesca

Más consumidores cambian su dieta por motivos medioambientales y para ayudar a frenar el cambio climático

Lanzamiento del estudio *MSC Consumer Insights 2022* sobre hábitos y actitudes del consumidor hacia la pesca de Marine Stewardship Council

El estudio bianual que Marine Stewardship Council (MSC) realiza en colaboración con la consultora independiente Globescan sobre hábitos y actitudes del consumidor de pescado a nivel mundial, *MSC Consumer Insights 2022*, señala que, a medida que crecen las preocupaciones por el cambio climático, hay más gente que está cambiando su dieta para proteger al medioambiente.

Este estudio¹ se ha llevado a cabo en 23 países y en él han participado 20 127 consumidores de alimentos de origen marino. Entre los datos más importantes, destaca que casi la mitad (44%) de los que afirmaron haber cambiado de dieta en los últimos dos años lo hicieron por razones relacionadas con el medioambiente, entre ellas, comer más alimentos de origen sostenible (23%), reducir el impacto del cambio climático (23%) y proteger los océanos (12%).

Asimismo, el estudio revela que, entre las cuestiones ambientales que preocupan más a los encuestados destaca el impacto del cambio climático (el 53%), seguido de la contaminación y los residuos que dañan los ríos y arroyos (39%), cambios climáticos extremos (38%) y contaminación atmosférica (35%). A los consumidores también le preocupa cada vez más el impacto del cambio climático sobre los océanos, siendo los mayores de 55 años los más preocupados por los problemas de los océanos. Sin embargo, cuando se les pregunta a los consumidores más jóvenes (de 18 a 24 años) sitúan los problemas de los océanos entre los tres más importantes.

No obstante, los consumidores se sienten más empoderados y están más dispuestos a tomar medidas en torno al cambio climático. De los que afirmaron haber cambiado de dieta para proteger al clima (conocidos, cada vez más, como "**climatarianos**"), un 45% compraron más productos pesqueros sostenibles el año pasado, frente al 26% del resto de los encuestados. Mientras que más de la mitad (59%) se propone comprar más productos pesqueros sostenibles en el futuro, frente a un tercio (45%) del total.

Casi todos los *climatarianos* (90%) opinan que para salvar los océanos debemos consumir únicamente productos pesqueros de origen sostenible. De todos los encuestados, el (73%) reconocen ahora que su elección de pescado o marisco puede ayudar a mejorar la salud de nuestros océanos (un aumento significativo comparado con el 62% de 2020).

¹ Estudio realizado por GlobeScan para MSC, la organización internacional sin ánimo de lucro responsable del sello azul para productos pesqueros sostenibles más reconocido en el mundo, basado en ciencia.

En 11 de los países analizados (Alemania, Austria, China, Dinamarca, España, Francia, Italia, Reino Unido, Sudáfrica, Suecia y Suiza), a pesar de la creciente presión económica que están sufriendo los consumidores, al adquirir productos pesqueros influye más que sean de origen sostenible y responsable con el medioambiente que el precio.

Las conclusiones del estudio sugieren que los consumidores están empezando a actuar ante la acumulación de evidencias de que hace falta un cambio. Por ejemplo, en las conclusiones del informe [IPCC Mitigación del Cambio Climático \(en inglés\)](#) del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/>, se insta a la gente a pasarse a dietas sostenibles y saludables para ayudar a proteger al medioambiente. Según este informe, una dieta al estilo mediterráneo, rica en cereales, verduras, frutos secos, pescado y aves de corral, podría recortar las emisiones de carbono, evitar la deforestación y ayudar a mejorar la salud de los océanos.

Los estudios publicados en la revista [Climate Change Nature](#) también muestran que consumir productos pesqueros genera menos emisiones de dióxido de carbono que producir carne. En el análisis se descubrió que por cada kilogramo de pescado que se captura se emiten entre uno y cinco kilogramos de dióxido de carbono, mientras que en la producción de carnes rojas, por cada kilogramo se emiten entre 50 y 750 kilogramos de dióxido de carbono. Los productos procedentes de la pesca extractiva son, relativamente, una fuente de proteínas baja en emisiones también, ya que en su producción no se necesitan tierras ni piensos, como en otras fuentes de proteínas como son los huevos, el pollo y la carne de vacuno.

Datos MSC Consumer Insights 2022 para España

En la edición 2022 de este estudio, los españoles han dejado claro que el cambio climático es su preocupación medioambiental más importante, ocupando la sobrepesca la segunda posición. Los consumidores españoles están muy preocupados por los océanos y así lo están demostrando: un 45% de los encuestados han cambiado su dieta por una razón medioambiental y un 73% piensa que su elección de comprar puede ayudar a cambiar la salud de los mares y océanos.

Asimismo, el principal motivador de compra de pescado de los consumidores españoles es la salud y el bienestar, seguido de frescura, seguridad y sabor. El origen sostenible/amigable con el medio ambiente es el quinto factor más importante y sigue siendo más valorado que el precio. La certificación independiente sigue siendo un motivador menor de la compra de productos del mar.

En lo que respecta al binomio consumo-dieta, más de las tres cuartas partes (78%) de los encuestados les gusta comer pescado o marisco. Con respecto al porcentaje de personas que consumen pescado en España, un 20% afirma comer más pescado de forma habitual, que en 2020, especialmente en el grupo de encuestados de más de 55 años.

Poniendo el foco en MSC, el estudio revela que el conocimiento y la comprensión del consumidor español con respecto al sello azul de MSC ha experimentado un aumento constante en España desde 2018 (ha pasado del 40% al 44% este año). Además, un tercio (36%) de los consumidores tiene al menos cierta comprensión del sello azul de MSC, asociándola espontáneamente con la sostenibilidad de los océanos o la certificación.

En este estudio podemos ver que la confianza en MSC es alta entre los consumidores de productos del mar conscientes de MSC, con un 82% de consumidores que confían en el sello azul (frente al 77% en 2020). La confianza y la probabilidad de recomendar entre los consumidores conscientes del MSC va evolucionando positivamente en los últimos dos años, lo que supone un incremento cada vez mayor de consumidores españoles que probablemente recomendarían productos con la certificación de pesca sostenible MSC (64%).

Algunos datos adicionales en relación con el consumo de pescado en España serían:

- El 45% de los consumidores españoles han cambiado su dieta por una razón medioambiental.
- El 85% de los consumidores quieren que las empresas informen más sobre la sostenibilidad de sus productos.
- El 81% de los consumidores piensan que las afirmaciones de las marcas sobre la sostenibilidad y el medio ambiente deben estar claramente etiquetadas por una organización independiente.
- Se ha incrementado el número de consumidores que creen que las organizaciones de certificación independiente contribuyen a la conservación de los océanos (27%).
- Un 24% compran sus alimentos por Internet más que hace dos años.
- El 80% de los consumidores quieren que el pescado que compran tenga una trazabilidad de confianza y segura.

– FIN –

Información complementaria:

El estudio *MSC Consumer Insights 2022* ha sido realizado por la firma internacional de asesoramiento, consultoría y estudios de mercado GlobeScan en un total de 23 mercados: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, China, Corea del Sur (nuevo en 2022), Dinamarca, España, EE. UU., Finlandia, Francia, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia y Suiza. Entre el 25 de enero y el 16 de marzo de 2022, se ha entrevistado en total a 25 869 consumidores de todos estos países, incluidos 20 127 consumidores de productos pesqueros. Los promedios globales que se indican en este estudio, a menos que se indique lo contrario, están basados en los 23 mercados estudiados. En el caso de los resultados globales todos los países se ponderan igual, independientemente del tamaño de la muestra.

Para España, el estudio se llevó a cabo con una muestra de 1 121 consumidores, de los cuales 1 008 se identificaron como consumidores habituales de pescado.

Datos de contacto para medios de comunicación

Asun Talavera, responsable de prensa MSC España y Portugal, asun.talavera@msc.org | Tel.: +34 676 016 630

Marine Stewardship Council

Marine Stewardship Council (MSC) es una organización internacional sin ánimo de lucro que establece una serie de estándares con base científica y mundialmente reconocidos en materia de pesca sostenible y de trazabilidad de productos pesqueros. Su sello azul y su programa de certificación reconocen y premian las prácticas pesqueras sostenibles y, además, ayudan a crear un mercado más sostenible para los productos del mar. Se trata del único programa de certificación y etiquetado ecológico para pesquerías de captura que cumple los requisitos de buenas prácticas establecidos por la **Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)** y por **ISEAL**, la Alianza Internacional de Acreditación y Etiquetado Social y Ambiental.

Para más información, visite nuestra web en [msc.org](https://www.msc.org) o nuestras redes sociales:

