

## Nota de prensa

Embargada hasta 00:01, lunes 8 de junio de 2020



**Día Mundial de los Océanos 2020**

# **El 54% de los españoles ha cambiado sus hábitos de consumo de pescado para proteger el mar y los océanos**

**Uno de cada tres consumidores teme que para 2040, su pescado favorito desaparezca del menú**

**El 83% de los españoles está dispuesto a dar un paso más por la sostenibilidad del mar y el pescado**

**La merluza, el pescado que más gusta a los españoles (20%), seguido del atún (14%) y el bacalao (12%)**

**El 44% de los españoles es consciente de la existencia de etiquetas sostenibles**

**MSC lanza una campaña internacional para conmemorar esta efeméride y la importancia de unos mares saludables**

Según revela un estudio encargado por Marine Stewardship Council, la elevada preocupación por el estado de nuestros océanos está impulsando una nueva ola de activismo de consumo en donde, cada vez más, los consumidores tienden a “votar con el tenedor” para proteger a nuestros mares.

La mayor encuesta de este tipo, con más de 20.000 participantes de 23 países, realizada por GlobeScan (una consultoría independiente especializada en estudios de mercado), revela que 6 de cada 10 consumidores de pescado (el 58%) ya habían cambiado el año pasado sus hábitos, en cuanto a elegir y comprar pescado, con la intención de proteger a los peces de nuestros mares.

El activismo de consumo contempla acciones como cambiar de marca, o de producto, por aquellas que dicen que ayudan a proteger los océanos, o a los peces (23%); adquirir especies de pescado diferentes (17%); e ir a comprar el pescado a otro establecimiento (15%). Ocho de cada diez consumidores (83%) están dispuestos a tomar más medidas en un futuro para proteger a nuestros océanos.

Esta iniciativa se está viendo impulsada por el hecho de que, a nivel mundial, a una de cada tres personas (31%) le preocupa que su pescado favorito no vaya a estar disponible dentro de 20 años. En cuanto a los que temen que para 2040 su pescado favorito desaparezca del menú, es mayor el porcentaje en las edades comprendidas entre los 18 y los 24 años (37%) que en los mayores de 55 (27%). El año pasado<sup>1</sup>, jóvenes, padres y madres se mostraron más proclives a actuar para proteger a los peces y a los productos pesqueros y están dispuestos a volverlo a hacer en un futuro<sup>2</sup>.

Entre los aficionados al pescado, dos tercios (65%) señalan que para que pueda haber en el mar pescado en abundancia es esencial comprar productos pesqueros de origen sostenible

y, dos quintas partes (44%) declaran haber reconocido productos con el sello de sostenible al ir comprar.

En los océanos se concentra el 80% de la vida del planeta<sup>3</sup>, los productos pesqueros son una fuente de proteínas muy importante para más de 3.000 millones de personas de todo el mundo<sup>4</sup>. En una de cada tres pesquerías de todo el mundo, sin embargo, se ha estado pescando por encima de sus límites de sostenibilidad y en el 60% se pesca al máximo de su capacidad<sup>5</sup>.

En este Día Mundial de los Océanos, Marine Stewardship Council, organización independiente y sin ánimo de lucro, pone en marcha una nueva campaña mundial: [Little Blue Label, Big Blue Future](#), con el objetivo de animar a más consumidores a elegir productos del mar que estén certificados conforme a su estricto estándar del “sello azul”.

**Rupert Howes, director ejecutivo de MSC, ha declarado:** *“Con la sobrepesca, el cambio climático y la contaminación presionando cada vez más a nuestros océanos, las decisiones que tomamos como consumidores nunca habían tenido más importancia. Este estudio demuestra que a la gente realmente le preocupa la procedencia de los productos pesqueros y cómo se obtienen.*

*En estos momentos en donde la industria pesquera se está enfrentando a retos sin precedentes, como resultado de la pandemia del coronavirus, todos podemos participar en apoyo de los pescadores que están comprometidos con la pesca sostenible y ayudar a proteger los ecosistemas marinos y a nuestros recursos pesqueros para las generaciones futuras. Elige productos pesqueros certificados sostenibles, busca el sello azul de MSC”.*

### **Campaña Día Mundial de los Océanos en España**

En España, la campaña se lanza bajo el lema [Pequeño como un gesto, inmenso como el mar](#) y contará con el apoyo de diversas empresas que colaboran con MSC en nuestro país ofreciendo pesca sostenible con el sello azul de MSC, compartiendo los contenidos de la campaña en sus canales de comunicación: Alcampo, Aldi, Bofrost, Carrefour, Compesca, Conservas Emperatriz, Congalsa, Consorcio, El Corte Inglés, Eroski, Dimar, Frime, Frinsa, Globalimar, Grupo Calvo, Grupo Delfín, Grupo Iberostar, Grupo Jealsa (Rianxeira), Grupo Ros (Freskibo), Lidl, Lonja de Gijón Musel, Martiko, Pescaviar, Premium Shellfish, Salazones Garré y Yurrita.

**Laura Rodríguez Zugasti, directora de MSC en España y Portugal:** *“Nos encontramos en una década de acción, de asumir cada uno en nuestra área de influencia, compromisos valientes que den un impulso a la protección de la biodiversidad marina y ayuden a poner fin a la sobrepesca. Desde MSC estamos contribuyendo a estos objetivos trabajando en colaboración con el sector pesquero y la cadena de valor. El apoyo de los consumidores eligiendo pescado con el sello azul es crucial para acelerar la pesca sostenible en nuestro país.”*

— FIN —

### **Información complementaria**

**El 8 de junio es el [Día Mundial de los Océanos](#).** 140 países lo celebran para impulsar una colaboración por la protección de nuestros océanos. Para respaldar esta iniciativa, MSC ha puesto en marcha una nueva campaña mundial: *“Little Blue Label, Big Blue Future”* (Pequeño como un gesto, inmenso como el mar).

### **Notas a pie de página**

<sup>1</sup> El 74% de los encuestados de entre 18 y 24 años y el 49% de los mayores de 55 años, junto con el 65% de padres y madres y el 53% de los que no tienen hijos, han tomado

alguna medida el año pasado para proteger a los peces y a los productos pesqueros (datos globales).

- 2 El 89% de los encuestados de entre 18 y 24 años y el 78% de los mayores de 55, junto con el 86% de padres y madres y el 81% de los que no tienen hijos, declaran estar dispuestos a tomar alguna medida en un futuro para proteger a los peces y a los productos pesqueros de nuestros océanos (datos globales).
- 3 Se estima que el [50-80% de todos los seres vivos del planeta se concentra en el mar](#). Pueden encontrarse más detalles en el artículo de la revista científica [PNAS 115 \(25\) 6506](#) (en inglés).
- 4 Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el [pescado proporciona casi un 20% del aporte medio de proteínas animales per cápita a unos 3.200 millones de personas \(Informe SOFÍA, pág. 78, FAO 2018\)](#).
- 5 Según la [Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación](#), un 33% de las poblaciones mundiales de peces está actualmente sobreexplotado, porcentaje que ha venido incrementándose de manera constante desde 1974 y, en el 60% se está pescando al máximo de su capacidad.

### **Marine Stewardship Council**

MSC es una organización internacional sin ánimo de lucro que establece una serie de estándares, mundialmente reconocidos, en materia de pesca sostenible y trazabilidad de productos pesqueros.

El sello azul de MSC sobre un producto significa que: procede de pesquerías que han sido certificadas en base al estándar de MSC, un indicador científico para la pesca sostenible con el medio ambiente; y que es de origen sostenible con trazabilidad garantizada. Actualmente el sello puede encontrarse en más de 100 especies de pescados y mariscos en 100 países. [msc.org](http://msc.org).

### **Información acerca del estudio**

En la realización del estudio, se han empleado los métodos de muestreo y de formulación de preguntas más avanzados, desarrollados por [GlobeScan](#), una empresa independiente de consultoría especializada en estudios y estrategias de mercado.

Las encuestas se llevaron a cabo entre enero y marzo de 2020, la selección de los encuestados se hizo a través de amplios paneles de investigación online seguros y de ámbito nacional, y fueron encuestados un mínimo de 600 consumidores de pescado por país.

Los 23 países de procedencia de los encuestados son: Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, China, Dinamarca, España, EE. UU., Finlandia, Francia, Italia, Japón, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia y Suiza.

La muestra principal de consumidores de pescado estaba formada por un total de 20.876 encuestados, los cuales habían afirmado haber comprado, ellos o algún miembro de su hogar, pescado o marisco en los últimos dos meses.

### **Datos de contacto para medios de comunicación:**

**Asun Talavera**, responsable de prensa MSC España y Portugal, [asun.talavera@msc.org](mailto:asun.talavera@msc.org)  
Tel.: + 34 918 31 59 63 | Móvil: +34 676 016 630

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

