



NOTA DE PRENSA // 7 DE JUNIO

## **La creciente preocupación por el estado de los océanos lleva a casi la mitad de los consumidores a cambiar su dieta por motivos medioambientales**

Marine Stewardship Council (MSC) celebra esta semana su IV “Semana Mares Para Siempre”

Coloring The World Foundation y su fundador Okuda San Miguel colaboran con MSC con una intervención urbana que se podrá visitar hasta el día 8 de junio en el Centro Comercial de Príncipe Pío (Madrid).



Foto: Guillermo de Manuel

De izquierda a derecha: Okuda San Miguel y Laura Rodríguez Zugasti (MSC)

## DESCARGA: [FOTOS](#) // [DOSSIER DE PRENSA](#)

Casi la **mitad de los consumidores que cambian sus hábitos alimenticios** lo hacen debido a **preocupaciones medioambientales**, según una nueva **encuesta global realizada por Marine Stewardship Council (MSC)**, publicada hoy, con motivo del Día Mundial de los Océanos de la ONU que se celebra mañana sábado (8 de junio).

Esta encuesta revela que los **consumidores son más conscientes que nunca** sobre el impacto que sus elecciones tienen para el planeta. Los investigadores preguntaron a más de **27 000 personas de 23 países** (la muestra en España ascendió a 1 000 consumidores de pescado) sobre sus dietas y si estas estaban cambiando. De las más de 22.000 personas que dijeron que sí, el **43% confirmó que se debía a razones medioambientales**, además de otros factores como la salud y el precio. **En España, este porcentaje sube hasta el 47%**.

**El mayor cambio se produjo en las carnes rojas**, como la carne de res y el cordero, ya que a nivel global, el **39% de los compradores encuestados confirmó que había reducido su consumo** en los últimos dos años, mientras que **en España el porcentaje es del 43%**. El 37% afirmó que comía más verduras y el **11% que comía más pescado** en comparación a hace dos años, el mismo porcentaje que los consumidores españoles. También, a nivel global, uno de cada diez encuestados afirmó que comía más pescado pero no obstante, tres de cada diez de estos mismos están reduciendo su ingesta. De cara al futuro, **el 27% de los encuestados globales y el 28% de los consumidores españoles** también dijeron que estarían **dispuestos a comer más productos del mar** si realmente supieran que no estaban causando daños a los océanos.

**El cambio climático es la principal preocupación** ambiental ya que el 51% lo sitúa entre sus tres principales preocupaciones. Otros problemas importantes a destacar son la pérdida y destrucción de bosques y zonas arboladas (40%), la contaminación de ríos y arroyos (38%) y la **salud de los océanos** (35% a nivel global mientras que en **España la cifra sube hasta el 47%**).

A su vez, la preocupación sobre el **estado de los océanos a nivel global también está aumentando: el 91% de los encuestados dice estar preocupado**, frente al 89% de hace dos años. El optimismo sobre la posibilidad de salvar a los océanos de un daño irreversible se ha desplomado. Sólo el 35% afirmó que cree que dentro de 20 años habremos salvado los océanos de daños irreparables causados por los humanos, frente al 48% de hace dos años.

A pesar de este panorama, existen datos motivadores como una **mayor conciencia sobre la conservación** y los recientes fenómenos climáticos extremos, incluido el aumento récord de las temperaturas. **El 64% confirma que siente un mayor deseo de proteger el medio marino.**

En términos de soluciones a los problemas del medio marino, **los consumidores comprenden qué es la pesca sostenible**. El 55% afirmó que la asociaba con la protección de las especies vulnerables o en peligro de extinción. Además, el 54% reconoció que la pesca sostenible facilita el mantenimiento próspero y saludable de las poblaciones de peces, un elemento clave del Estándar de Pesca del MSC.

*“El lema de esta edición de la Semana Mares Para Siempre es la pesca sostenible significa más.., con ello queremos destacar los beneficios de la pesca sostenible y conectar con la ciudadanía que, como indican los datos, está cada vez más preocupada por el estado de los océanos, pero también más pesimista sobre nuestra capacidad de revertir la situación. Desde MSC queremos dar a conocer el ejemplo de cientos de pesquerías, empresas y otras entidades que están demostrando que la pesca sostenible es posible y contribuyendo a océanos con más vida, más color, más peces y más posibilidad de elección”, afirma Laura Rodríguez Zugasti, Directora de Marine Stewardship Council España y Portugal.*

Los resultados de la investigación, encargada por MSC y llevada a cabo por la consultora global GlobeScan, se publican un día antes del Día Mundial de los Océanos. Esta fecha fue designada el 8 de junio por las Naciones Unidas en 2008 para crear conciencia sobre el impacto de las acciones humanas sobre los océanos y reunir a las personas para mejorar la gestión sostenible de los océanos del mundo.

MSC y GlobeScan colaboran cada dos años en la realización del Informe de Percepciones sobre Consumo de Pesca (*Consumer Insights Report*) desde 2016. La encuesta de 2024 a más de 27.000 personas se llevó a cabo en 23 países entre enero y marzo de 2024. De todos los encuestados, 20.000 se identificaron como consumidores de productos del mar.

### **“Semana Mares Para Siempre” y Okuda**

La “Semana Mares Para Siempre” cuenta con la **colaboración de alrededor de 90 entidades del ámbito científico, comercial, educativo, de la comunicación y la sostenibilidad**. Dentro de las actividades de este año, destaca la **colaboración entre la Fundación Coloring The World y MSC**, que se ha materializado en una **intervención urbana** que se ha abierto hoy al público a **cargo del reconocido artista multidisciplinar Okuda San Miguel**.

Con esta **original instalación**, se pone de manifiesto de manera cercana, usando el **arte como herramienta transformadora, el creciente interés de los consumidores** globales, y de los consumidores españoles en particular, sobre la **salud de los océanos** y la importancia de la pesca sostenible para fomentar su conservación y regeneración. Se puede visitar de manera gratuita hasta mañana sábado, 8 de junio en la explanada de la **Estación del Norte / Centro Comercial de Príncipe Pío (Madrid)**.

*“La idea de esta acción es generar una imagen muy potente en relación al mar y nuestra relación natural con el entorno marino. Con esta red de pesca multicolor quería devolver ese color al mar, a la par que generar la idea de un pez universal, pero también mostrar una escala de grises acorde con la situación medioambiental en la que vivimos”, afirma el artista Okuda San Miguel.*

La intervención es un **cubo de intensos colores**, típicos de la paleta de Okuda, que se entrelazan y reflejan los esfuerzos individuales en una **tela colectiva de conservación y regeneración ambiental**. Se trata de una **red multicolor de**

**peces** que representa la supervivencia de los ecosistemas marinos y nos invita a ser conscientes de **nuestra responsabilidad hacia los océanos y hacia las generaciones futuras**, pero también a reconocer **nuestra interdependencia con la naturaleza**.

**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 cadena de custodia de productos pesqueros. Las pesquerías que participan en su programa de certificación representan un 19 % de las capturas mundiales que se realizan en el mar.

### **Partners y Embajadores Azules de MSC**

La Semana Mares Para Siempre de MSC cuenta con los siguientes **partners comerciales**: Alcampo, Aldi, Aligator, Ar-t Morhua & Dimar, Bofrost\*, Campos, Caprabo, Carrefour, Consorcio, Cuca, Delfín, Dia, El Corte Inglés, Emperatriz, Eroski, Ferrer, Findus, Frinsa, Koldfin, La Balinesa, La Sirena, Lidl, Lorea, Nós, Rianxeira, Salazones Garré, Serrats, Skandia y Yurrita.

Además, las siguientes **pesquerías, instituciones académicas y científicas como partners institucionales**: 21 gramos, AB Marketing, AC - Ambiente Comunicación, Actual Press, AGAC, Aicopes, Alakrana, Ambientech, Aquarium de San Sebastián, ASC, Asociación Mujeres en Gastronomía, AZTI, Bermeo Tuna World Capital, Blog Huella de Alcampo, BWA Bluewave Alliance Powered by ISDIN, Cofradía de Motril, Coloring The World, Corresponsables, CSIC, Culler de Pau, DSTAge Concept, Ecogestiona, El Asombrario, El Español, Enlace Estudio Radio, Estudio Radio Podcast, Ethic, Eurotoques, Festival Mar de Mares, Flamingo Comunicación, Forética, FRS - Fundación Restaurantes Sostenibles, FSC, Fundación Bioparc, Fundación CETMAR, Fundación Oceanogràfic, G. Gourmet Alicante, Hate Eco, Huellas, IICM - Instituto de Investigaciones Marinas, Implícate, Instituto de Ciencias del Mar de Barcelona, JC Decaux, JC Mackintosh, Kofradia Itsas Etxea, La Alacena del Gourmet, La España Azul, La Finca de Susi Díaz, Lonja de Gijón, Monastrel - María José San Román, OPACAN, OPAGAC, OPEGUI, OPESCAYA, OPP 82, OPP 83, OPP 85 Motril, OPPS CANTÁBRICO, OPROMAR, OPSCAN, Pacto Mundial de la Red, Pesqueras Echebstar, Proyecto Ulysses, Proyecto Vuelta al Mundo, Quiero!, Red Española del Pacto Mundial, Restaurante Atocha 107 - Joaquín Felipe, Revista Alimentaria, Revista Anoche Tuve un Sueño, Revista Aral, Rik&Rok Club, Rucker Asociados, Signus, Soldecocos, Surf & Nature Alliance, Surf and Clean, Surf Channel, Teachers For Future, Terabithia Media, Ternua, Triquels y Women Action Sustainability.

Esta iniciativa se promueve también en colaboración con [27 Embajadores y Embajadoras Azules de MSC](#), unidos en el objetivo de construir una red colaborativa para fomentar el conocimiento sobre la pesca sostenible y demostrar los beneficios ambientales, económicos y sociales del programa de MSC. Se trata de Aritz Aranburu, Charo Val, Chef Tita, David de Jorge, Diana Rodríguez, Diego

Guerrero, Eneko Atxa, Eva Díez, Garazi Sánchez, Isasaweis, Javier Olleros, Jesús Mari, Iñigo y Joel, Joaquín Felipe, Juanjo González Trueba, Lucía Sánchez, María José San Román, Martín Berasategui, Nacho Dean, Paco Nadal, Rebeca Hernández, Sonia Sánchez, Susi Díaz, Támara Echeгойen, Tatiana Zanardi y Kepa Acero.

Los consumidores también están invitados a participar **sumándose al movimiento #MaresParaSiempre y eligiendo pescado con el Sello Azul de MSC.**

**Más información:**

#MaresParaSiempre

[IV Semana Mares Para Siempre 2024 | Marine Stewardship Council \(msc.org\)](https://www.msc.org/es)

<https://www.msc.org/es>

Redes sociales: [X](#) / [FB](#) / [IG](#)

**Contacto de prensa:**

Asun Talavera - MSC

asun.talavera@msc.org / 676 016 630

Beatriz Cebas - Flamingo Comunicación

beatriz@flamingocomunicacion.es / 666 90 80 10