



[ANIMAL HEALTH & WELFARE \(/ADVOCATE/CATEGORY/ANIMAL-HEALTH-WELFARE\)](#)

---

# Estudio vincula las prácticas de bienestar animal con las compras del consumidor

Monday, 15 October 2018

By Lauren Kramer

## Cambiando los gustos, Datassential discute los hallazgos en la conferencia GOAL



Un estudio encontró que los consumidores estarían más inclinados a comprar pescado y mariscos si supieran que fue cosechado humanamente. Imagen cortesía de Changing Tastes.

Existe la oportunidad de expandir el mercado estadounidense de peces y mariscos de cultivo si la industria de la acuicultura adoptara más ampliamente prácticas de producción humanitaria. Esa es la noticia de un nuevo estudio de Changing Tastes and Datassential presentado en la reciente conferencia **GOAL 2018** (<https://www.aquaculturealliance.org/goal/>) de la Global Aquaculture Alliance (GAA) en Guayaquil, Ecuador.

El estudio encontró que tanto los consumidores como los que toman decisiones sobre la planificación y compra del menú estarían más inclinados a comprar pescado y mariscos si supieran que fue cosechado humanamente. Los encuestados comunicaron que el producto cosechado humanamente es de mejor calidad, mejor sabor y mejor textura.

Un número cada vez mayor de consumidores estadounidenses está expresando su intención de reducir su consumo de carnes rojas, y su mejor opción para su reemplazo es el pescado y los mariscos, dijo Arlin Wasserman, portavoz de la consultora Changing Tastes.

La adopción de prácticas humanitarias en la acuicultura y el evitar los antibióticos son dos estrategias que abordan las preocupaciones de los consumidores sobre el consumo de más pescados y mariscos, y podrían hacer que los productos cultivados sean aún más atractivos que los silvestres, dijo Wasserman. “Si bien la adopción de prácticas humanitarias y la eliminación del uso de antibióticos pueden mejorar el mercado de pescados y mariscos de los EE. UU., no realizar mejoras puede suponer un riesgo para la reputación de la industria y el atractivo de los peces y mariscos cultivados.”

La preocupación de los consumidores sobre el consumo de carnes rojas y aves de corral se debe principalmente al bienestar de los animales y al uso de antibióticos, dijo Marie Molde de Datassential. “Los consumidores ahora tienen las mismas preocupaciones sobre comer pescado y mariscos,” dijo.

Al explorar el concepto de cosecha humana, Wasserman y Molde examinaron cuatro aspectos de la producción: si se hicieron esfuerzos para reducir el dolor que sienten los peces en el transporte; en aturdimiento antes del sacrificio; en las prácticas para modificar los animales, ya sea durante la reproducción o la producción mediante recorte bucal o ablación del tallo ocular; y el uso de antibióticos.

“No estamos seguros de cuán ampliamente utilizadas son estas prácticas,” dijo Wasserman.

## **“La industria acuícola puede evitar muchos de los desafíos que los proveedores de otras proteínas han experimentado al invertir en mejores prácticas ahora para aumentar las ventas en lugar de responder a las críticas y las reducciones.”**

El estudio encontró que la mayoría de los consumidores y operadores de restaurantes creen que los principales programas de certificación y calificación ya incluyen criterios de práctica humanitaria. Ese no es el caso, dijo Wasserman.

“Si bien algunos de los estándares pueden abordar prácticas, ninguno de los programas tiene actualmente un conjunto de estándares destinados a reducir el dolor que sienten los peces, que es el estándar básico de la producción animal humana,” agregó.

La industria acuícola puede evitar muchos de los desafíos que los proveedores de otras proteínas han experimentado al invertir en mejores prácticas ahora para aumentar las ventas en lugar de responder a las críticas y disminuciones.

“Lo vemos como un halo beneficioso el que los consumidores creen que se abordan prácticas humanitarias, pero existe un riesgo. Si un consumidor o comprador motivado va a ver cómo los programas de calificación cubren a los estándares de producción humanitarios, no verán una dirección clara sobre la reducción del sufrimiento, solo pasos relacionados con la calidad y el medio ambiente. Sabemos que el Consejo de Administración de la Acuicultura (ASC), las Mejores Prácticas Acuícolas (BAP) y Seafood Watch están pensando en cómo o si abordar estos problemas, pero existe una brecha entre lo que creen los consumidores y los tomadores de decisiones del menú y cuál es la realidad. Si su creencia resulta ser falsa, hay una pérdida de confianza.”

El año pasado, GAA aceptó una subvención de \$435,000 del Proyecto Open Philanthropy para desarrollar las mejores prácticas para el bienestar animal de los salmónidos, la tilapia y el bagre de canal. Al concluir el primer año del proyecto de tres años, el equipo encabezado por el vicepresidente de GAA, Steve Hart, tiene un resumen de las prácticas actuales.

“Hemos encontrado que hay muchas variaciones entre las diferentes especies,” dijo Hart. “Debido a que la industria del salmón en su conjunto es una industria comercial más avanzada compuesta por grandes compañías integradas verticalmente, sus prácticas son mucho más avanzadas que las otras industrias. Es más fácil para estas compañías implementar prácticas estándar que para otros productores acuícolas que operan granjas familiares. Además, las prácticas de bienestar de los peces para los productores de salmón se han convertido en un foco de producción impulsado por las tendencias en Europa. “La mayoría de los jugadores de la industria utilizan prácticas humanitarias de cosecha como el aturdimiento por percusión o el aturdimiento eléctrico, considerados los dos tipos de aturdimiento más humanitarios.”

El estudio sugiere que, para los productores enfocados en la producción humanitaria, existe una gran oportunidad para comercializar esos atributos como una forma de diferenciar positivamente sus peces o mariscos cultivados de otros productos acuícolas. Al hacerlo, pueden abordar las principales preocupaciones de los consumidores de cambiar de carne a pescado o mariscos.

“Demostrar que las prácticas de producción humanitaria están en su lugar puede superar una barrera sobre la participación en el plato en la mesa,” dijo Wasserman. “La industria acuícola puede evitar muchos de los desafíos que los proveedores de otras proteínas han experimentado al invertir en mejores prácticas ahora para aumentar las ventas en lugar de responder a las críticas y las reducciones.”

Siga al *Advocate* en Twitter [@GAA\\_Advocate \(https://twitter.com/GAA\\_Advocate\)](https://twitter.com/GAA_Advocate).

## Author

---



### LAUREN KRAMER

Lauren Kramer es una periodista independiente que reside en Richmond, B.C., y que ha escrito extensamente sobre marketing de productos del mar para la revista SeaFood Business y SeafoodSource.com. Su trabajo aparece en una serie de publicaciones, incluyendo National Culinary Review y Flavor & The Menu.