

Consumidores comprarían más mariscos si conocieran su origen: Encuesta Nacional de Consumo Responsable

Posted on 17 de septiembre de 2025 by Diario Humano



93% compraría más con información de procedencia y métodos; fresca lidera preferencias, seguida de precios competitivos. Por Itzel Chan / Causa Natura Media

Diario Humano | La Paz, Baja California Sur. -El origen de los pescados y mariscos es determinante en las decisiones de consumo en México. Así lo reflejó la Encuesta Nacional sobre Consumo Responsable de Pescados y Mariscos 2025, realizada por Causa Natura Center, la cual evidencia cómo la trazabilidad influye en la frecuencia con la que se compran productos del mar.

A nivel nacional, el 93% de mil 835 personas mayores de 18 años encuestadas dijo que compraría más seguido pescados y mariscos si supiera cómo se obtienen y de dónde provienen. El interés es mayor entre personas de 35 años en adelante, mientras que, en jóvenes menores de 33 años, uno de cada tres señaló que el origen no influiría

en su decisión de compra.

A pregunta expresa ¿Cuál de las siguientes razones consideras que ayudaría a aumentar tu consumo de pescados y mariscos? la respuesta fue la siguiente:



Gráfico interactivo. Fuente: Encuesta Nacional sobre Consumo Responsable de Pescados y Mariscos 2025.

Visualización: CNC.

La encuesta aplicada en las 22 principales zonas metropolitanas del país expuso que la mayoría de las personas prefieren productos frescos y de alta calidad, seguidos por la necesidad de precios más accesibles y competitivos. Estos dos factores se colocan en el centro de las decisiones de consumo.



Las personas consumidoras de mariscos basan su compra en la frescura. Fuente: istock.

Por otra parte, una de cada cuatro personas encuestadas (25%) considera fundamental que las formas de obtener los productos sean responsables en lo social y ambiental.

Además, el 86.4% opinó que los supermercados deben informar sobre el origen de los productos, aunque en ciudades como Mexicali, San Luis Potosí y Cancún esta información no se percibe como prioritaria.

En comparación, el año pasado fueron Ensenada, Mexicali y León las ciudades con mayor porcentaje de encuestados que no encuentran relevante la información:

■ muy relevante
 ■ algo relevante
 ■ nada relevante

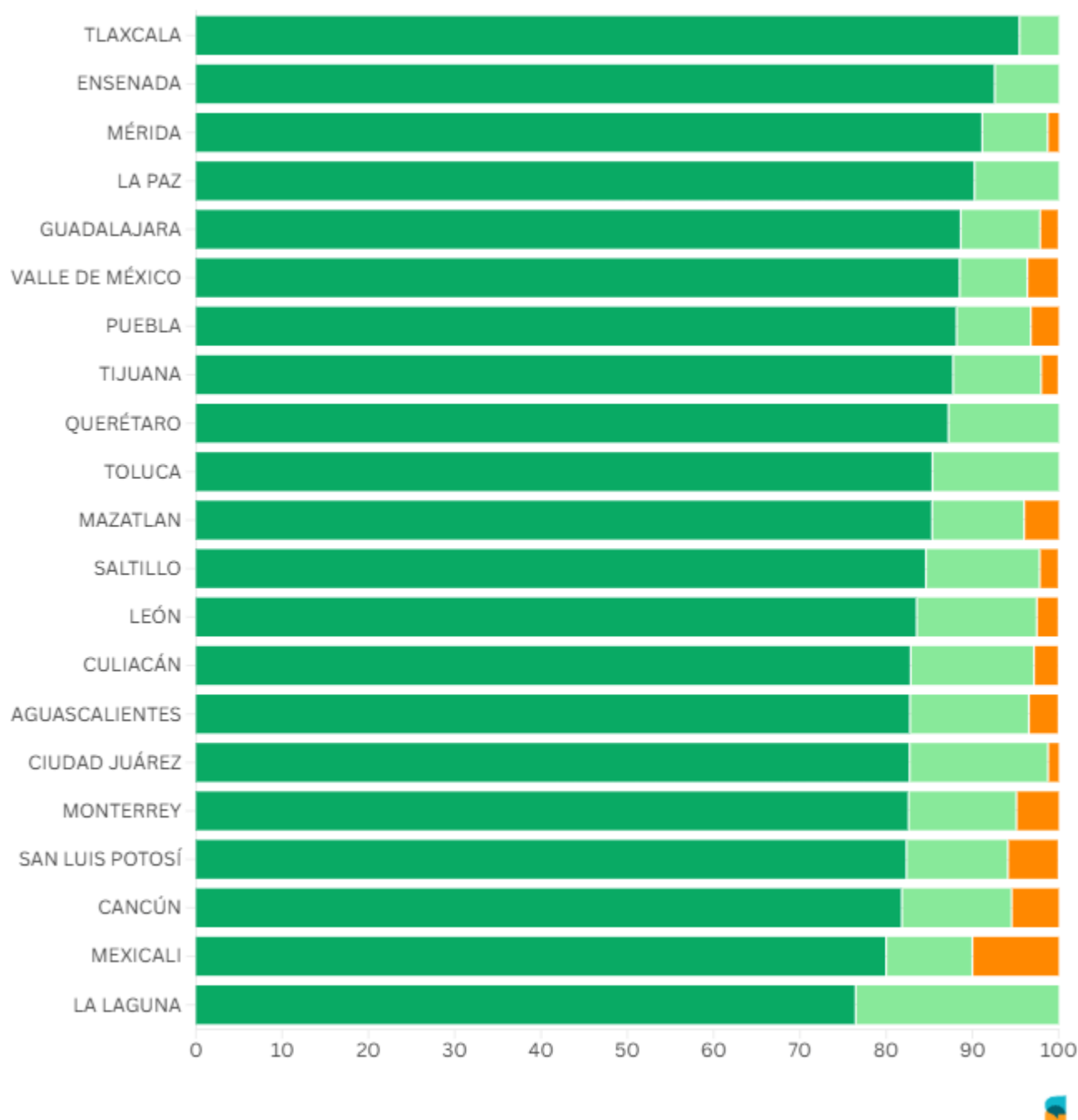


Gráfico interactivo. Fuente: Encuesta Nacional sobre Consumo Responsable de Pescados y Mariscos 2025. Visualización: CNC.

Cuando se preguntó qué supermercado elegirían si el criterio principal fuera la responsabilidad social y ambiental de los productos, las respuestas fueron: Walmart que encabeza la lista con 18% de menciones, seguido por Bodega Aurrerá (11.2%) y Soriana Híper/Súper Soriana (9.3%).



La encuesta realizada mantiene un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Si bien, el sondeo reflejó que el consumo responsable de pescados y mariscos avanza en México, todavía enfrenta desafíos para permear en todos los sectores.

A partir de los datos obtenidos, la principal conclusión de Causa Natura Center es que las cadenas de supermercados tienen el reto de ofrecer transparencia y responsabilidad, al tiempo que los consumidores quieren saber de dónde viene lo que comen y cómo impacta en el mar y en las comunidades.

*Este artículo originalmente fue publicado en [Causa Natura Media](#).

GRÁFICO INTERACTIVO UNO:

Link común:

<https://flo.uri.sh/visualisation/17386755/embed>

Made with *Flourish

GRÁFICO INTERACTIVO DOS:

Link común:

<https://flo.uri.sh/visualisation/23830824/embed>

Made with *Flourish