

ESTUDIO FSC® DEL CONSUMIDOR

Estudio realizado en 33 países

Global Report

Junio 2023



**BOSQUES
PARA TODOS
PARA SIEMPRE**

Introducción a la investigación

FSC encargó a IPSOS, una de las empresas de investigación de mercado más grandes del mundo, que dirigiera un estudio de investigación de consumidores a nivel mundial para comprender las actitudes de los consumidores hacia los problemas forestales, cómo la sostenibilidad influye en las decisiones de compra de los consumidores y el conocimiento y percepción de los consumidores con respecto a FSC.

En el informe de investigación, se incluyen los siguientes aspectos:



**Cuestiones
de interés**



**Actitudes
del
consumidor**



**Reconocimiento
de FSC**



**Confianza en
FSC**



CONTEXTO

Una de las encuestas de consumidores más grandes del mundo sobre el tema de los bosques, **que involucra a 26.800 consumidores en 33 mercados**

Metodología

- La encuesta ha sido realizada online.
- El trabajo de campo se realizó en octubre y noviembre de 2022.
- Las muestras se diseñaron para ser representativas a nivel nacional en la medida de lo posible mediante paneles online.

La investigación online solo puede llegar a los consumidores online. Para algunos países, esto significa que, en lugar de seguir la representación nacional, seguimos la representación en línea, lo que da como resultado una muestra más urbana, más educada y/o más acomodada que la población general. Los resultados de la encuesta para estos países deben verse como un reflejo de las opiniones del segmento más "conectado" de estas poblaciones.



 Surveyed markets

Argentina	Australia	Brazil	Canada	Chile	China	Colombia	Czech Republic	Denmark	France	Germany
n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800
India	Indonesia	Italy	Japan	Kenya	Lithuania	Malaysia	Mexico	Norway	Peru	Poland
n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800
Romania	Slovakia	South Africa	South Korea	Spain	Sweden	Thailand	Turkey	UAE	UK	USA*
n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=800	n=1,200

*West Coast, Rocky Mountains, Midwest, Northeast, Southwest, Southeast

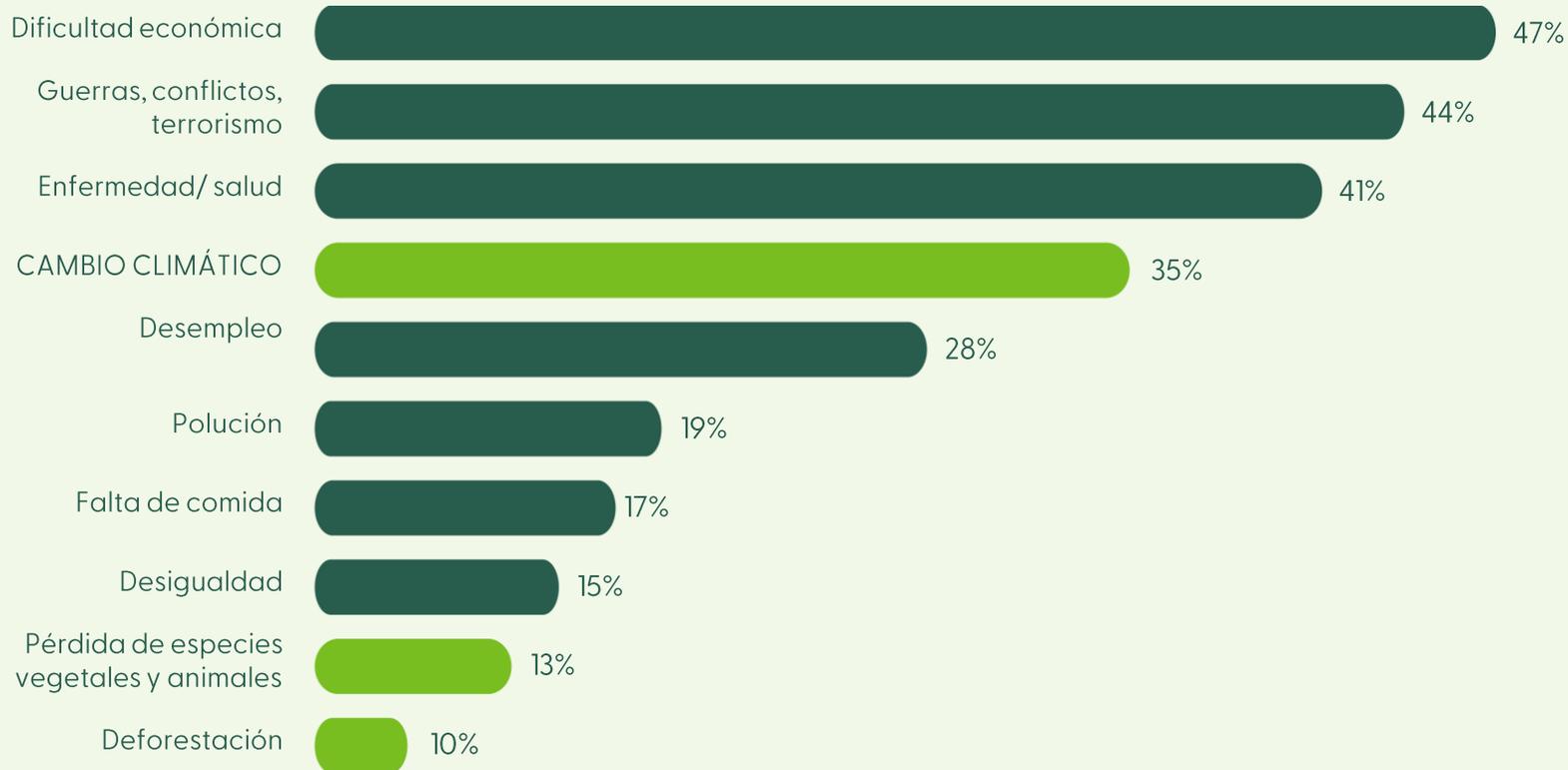


TEMAS DE PREOCUPACIÓN

La creciente inflación y las preocupaciones por la seguridad eclipsan el cambio climático y la salud como principales prioridades de los consumidores

La inestabilidad económica y política puede cambiar las prioridades de los consumidores, haciendo que el cambio climático pase a un segundo plano.

Proporción de quienes eligieron el tema respectivo como uno de los 3 temas más preocupantes



En investigaciones anteriores, el cambio climático ocupaba el segundo lugar, relacionado con la salud, posiblemente debido a la pandemia mundial. Este año, mientras que las preocupaciones por la salud siguen ocupando un lugar destacado, las dificultades económicas y los conflictos ocuparon los primeros puestos y el cambio climático ocupa el cuarto lugar.

Q1. To start with, which of the following issues worry you the most? Please select up to three issues from the list. (10 issues)

Base: Muestra global total (n=26.800)

Nota: Las barras de color verde claro son los temas más relevantes para el FSC.

Los tres principales problemas forestales que generan preocupación

Q11. Hay muchas amenazas potenciales diferentes para los bosques del mundo, la vida silvestre que vive allí y las personas que viven y trabajan allí. ¿Cuál de estos posibles problemas le preocupa más? Seleccione los tres temas que más le preocupan, en orden de importancia. (13 números)
Base: Muestra global total (n=26.800)



Pérdida de biodiversidad



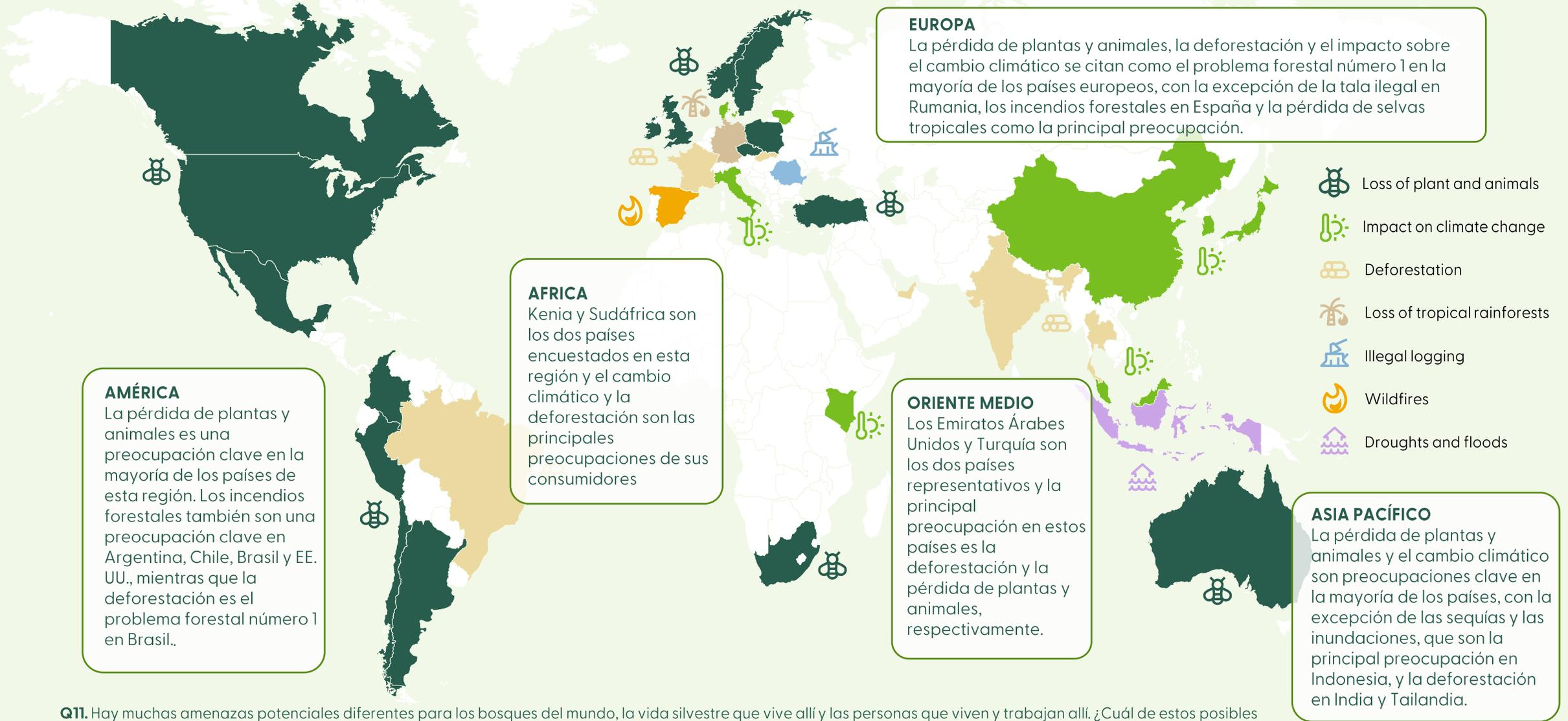
Cambio climático



Deforestación



#1 preocupaciones forestales en el mundo



Q11. Hay muchas amenazas potenciales diferentes para los bosques del mundo, la vida silvestre que vive allí y las personas que viven y trabajan allí. ¿Cuál de estos posibles problemas le preocupa más?

Seleccione los tres temas que más le preocupan, en orden de importancia. (13 números)

Base: Muestra mundial total (n=26.800)

Los tres principales problemas forestales que generan preocupación entre los consumidores españoles

Q11. Hay muchas amenazas potenciales diferentes para los bosques del mundo, la vida silvestre que vive allí y las personas que viven y trabajan allí. ¿Cuál de estos posibles problemas le preocupa más? Seleccione los tres temas que más le preocupan, en orden de importancia. (13 números)
Base: Muestra global (n=800)



Incendios forestales



Cambio climático



Deforestación



Principales preocupaciones forestales entre los consumidores españoles



Porcentaje de encuestados para los que ese problema se encuentra ente los Top 3 de sus preocupaciones.





ACTITUDES DEL CONSUMIDOR



Los **consumidores españoles** están tomando medidas para abordar los problemas forestales

EXPECTATIVAS DE LOS CONSUMDORES

66%

Esperan que las empresas se aseguren de que los productos de madera/papel y los embalajes que venden no contribuyan a la deforestación.

64%

Considera que la información sobre la sostenibilidad de los productos debe estar certificada por una organización independiente

62%

Prefiere elegir productos que no contribuyan al cambio climático

EL CONSUMIDOR TOMA MEDIDAS

71%

Prefiere elegir productos que no dañen plantas y animales.

63%

Intenta comprar productos envasados con materiales renovables como papel en lugar de plástico

61%

Considera que puede ayudar a proteger los bosques comprando productos que han sido certificados por una organización independiente

Q10 . ¿Qué tan bien describe cada una de las siguientes afirmaciones tu opinión??

Intención de compra: las cifras porcentuales consisten en los 3 principales en una escala de 7 puntos: 1 = No describe mi opinión en absoluto, 7 = Describe mi opinión muy bien)

Base: muestra de consumidores españoles (n=8000)

Intenciones de compra

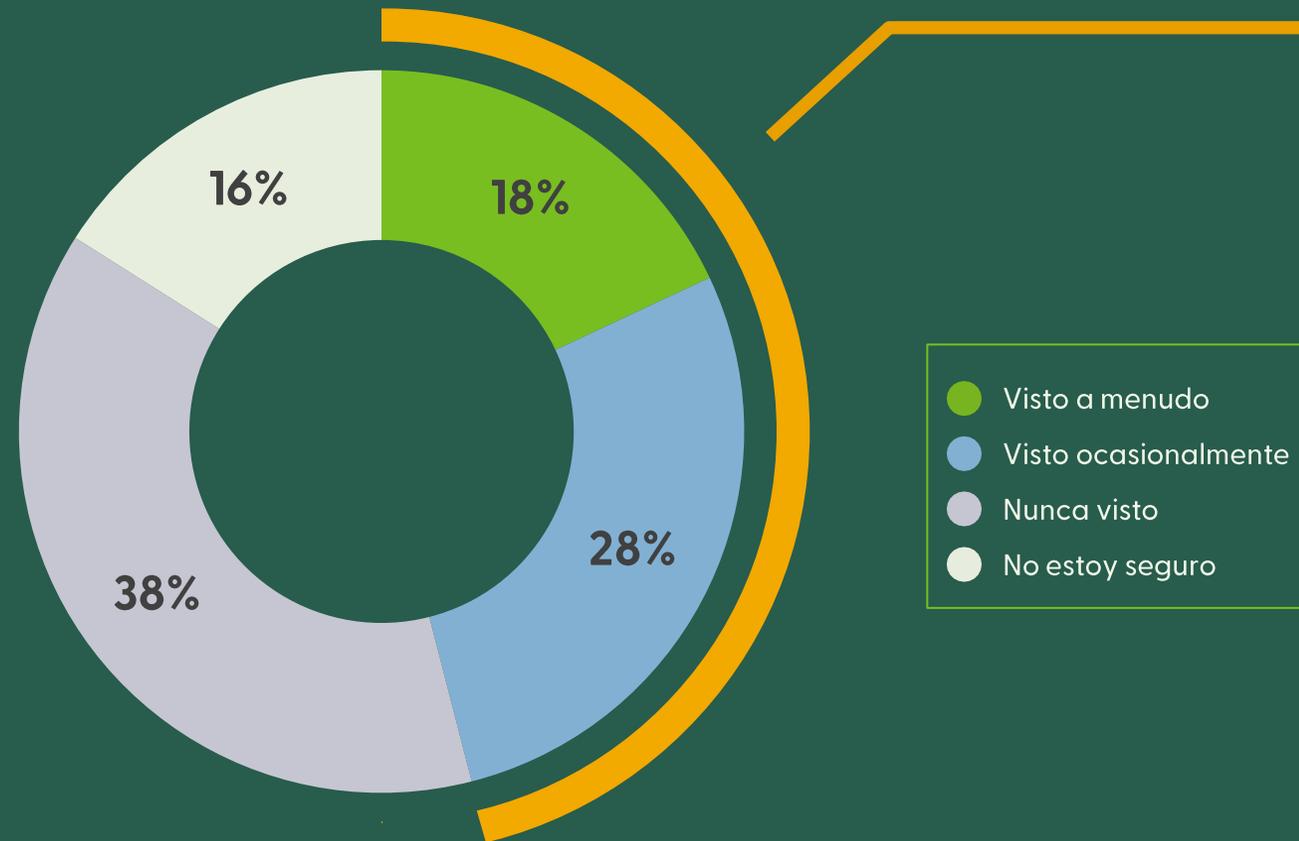


7 de cada 10 consumidores en España prefieren elegir productos que no dañen plantas y animales. Dos tercios esperan que las empresas se aseguren de que los productos y envases que venden no contribuyan a la deforestación.



Q10 . ¿Qué tan bien describe cada una de las siguientes afirmaciones tu opinión??
Intención de compra: las cifras porcentuales consisten en los 3 principales en una escala de 7 puntos: 1 = No describe mi opinión en absoluto, 7 = Describe mi opinión muy bien)
Base: muestra de consumidores españoles (n=8000)

FSC ES EL SISTEMA DE CERTIFICACIÓN FORESTAL MÁS RECONOCIDO *



46%

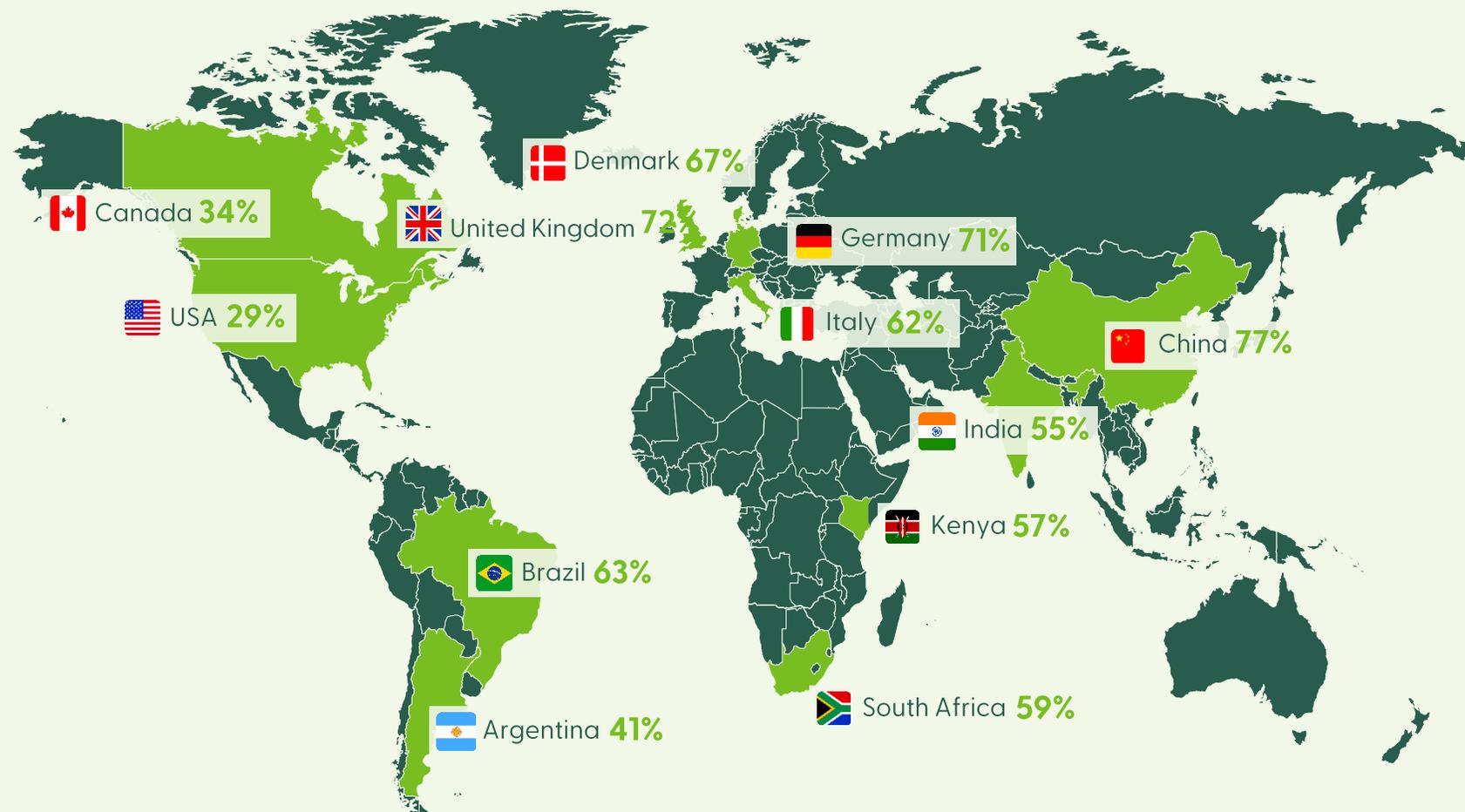
de los consumidores a nivel mundial recuerda haber visto la etiqueta FSC.

* **Ninguna otra certificación forestal testada ha obtenido mejores resultados a nivel mundial.**

El reconocimiento de FSC es más alto entre los consumidores jóvenes de 18 a 24 años, seguidos por los de 25 a 44 años..

En 33 países a nivel mundial, casi la mitad de los consumidores reconocen el logotipo FSC (46%)

FSC es especialmente reconocido en China, Reino Unido, Alemania, Dinamarca, Brasil e Italia



PROMEDIOS REGIONALES:

EUROPA	50%
ASIA PACÍFICO	43%
AFRICA	58%
AMÉRICA LATINA	42%
NORTE AMÉRICA	32%

En Europa, se encuestó a 11.200 consumidores de 14 países

FSC es especialmente bien reconocido en el Reino Unido, Alemania, Dinamarca e Italia

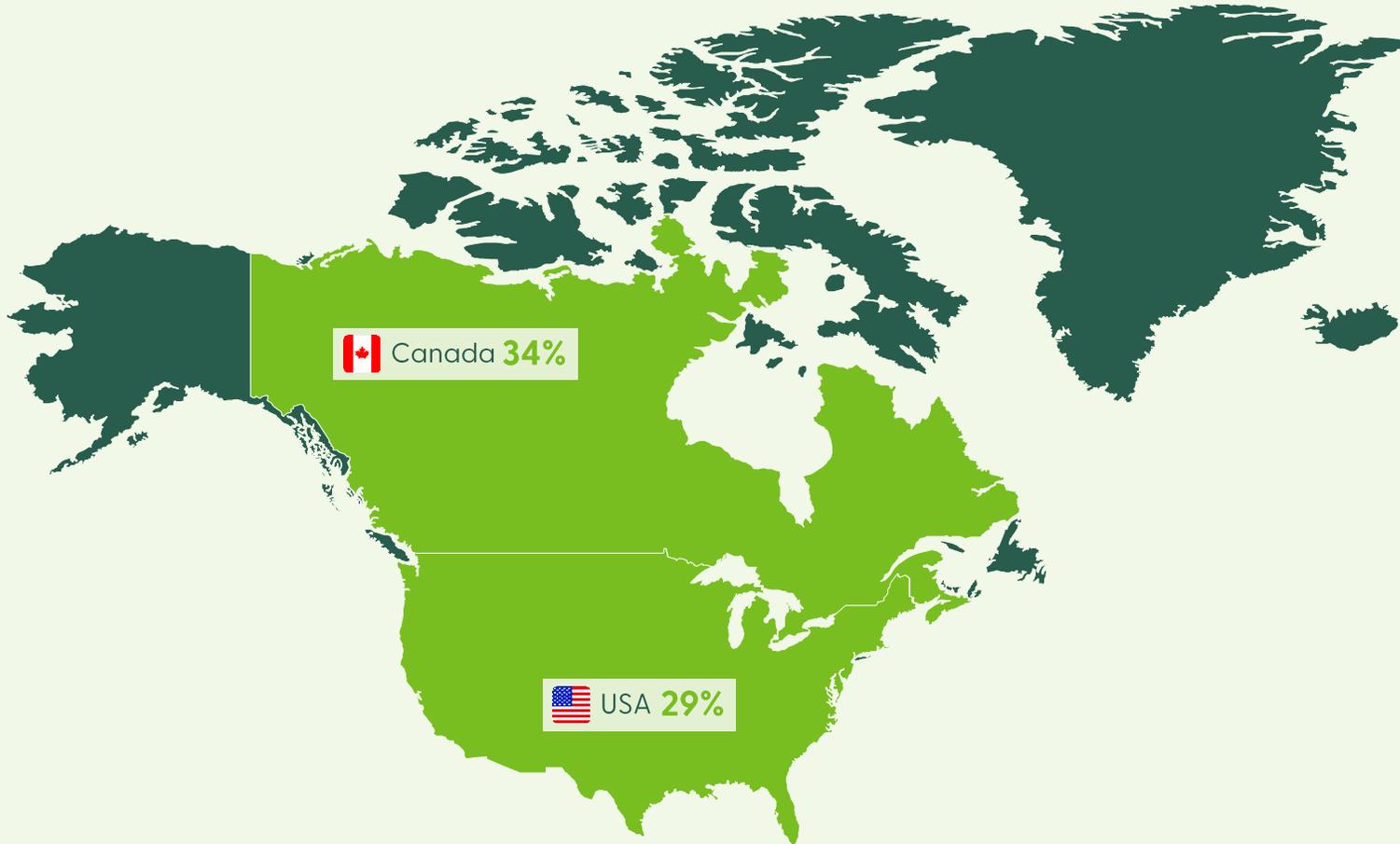


CONOCIMIENTO DE FSC

PROMEDIO EUROPEO **50%**

REINO UNIDO	72%	ESPAÑA	46%
ALEMANIA	71%	RUMANIA	46%
DINAMARCA	67%	ESLOVAQUIA	43%
ITALIA	62%	NORUEGA	36%
SUECIA	56%	LITUANIA	36%
FRANCIA	53%	TURQUÍA	31%
POLONIA	50%	REPÚBLICA CHECA	31%

En América del Norte, se encuestó a 2.000 consumidores que cubrían los EE. UU. y Canadá.



CONOCIMIENTO DE FSC

PROMEDIO 32%

USA* 29%

CANADA 34%

* Se encuestó a 1.200 consumidores en los EE. UU. con una distribución de n=200 en cada una de las siguientes regiones: Costa Oeste, Montañas Rocosas, Medio Oeste, Noreste, Suroeste, Sudeste

Q3. ¿Alguna vez has visto los siguientes logotipos o etiquetas? (escala de 4 puntos)

Base: Muestra global total n=26,800: 2 países encuestados en América del Norte, con un total de 2,000 consumidores)

En Latinoamérica se encuestó a 4.800 consumidores cubriendo 6 países

FSC es especialmente reconocido en Brasil pero también tiene buenos niveles en México y Argentina

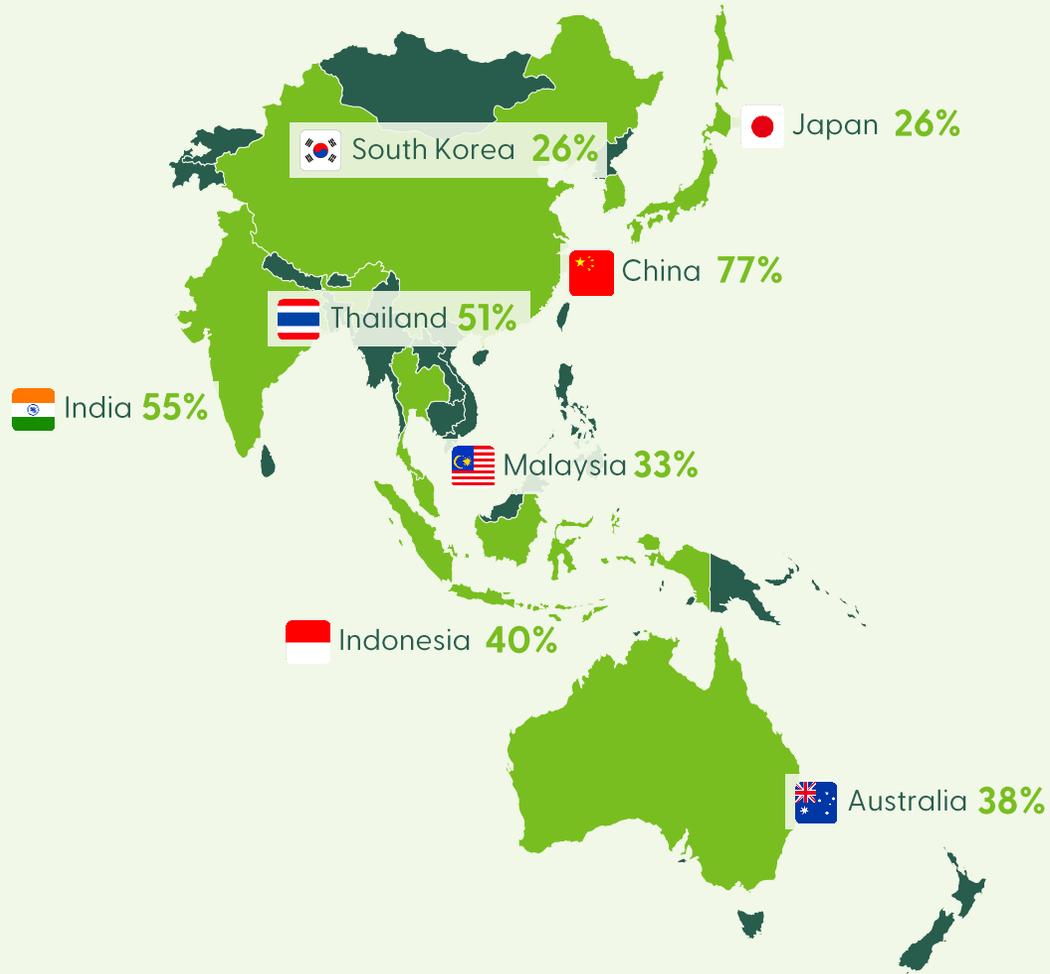


CONOCIMIENTO DE FSC

AVERAGE	42%
BRAZIL	63%
MEXICO	42%
ARGENTINA	41%
CHILE	39%
PERU	36%
COLUMBIA	30%

In Asia Pacific, 6.400 consumers were surveyed covering 8 countries

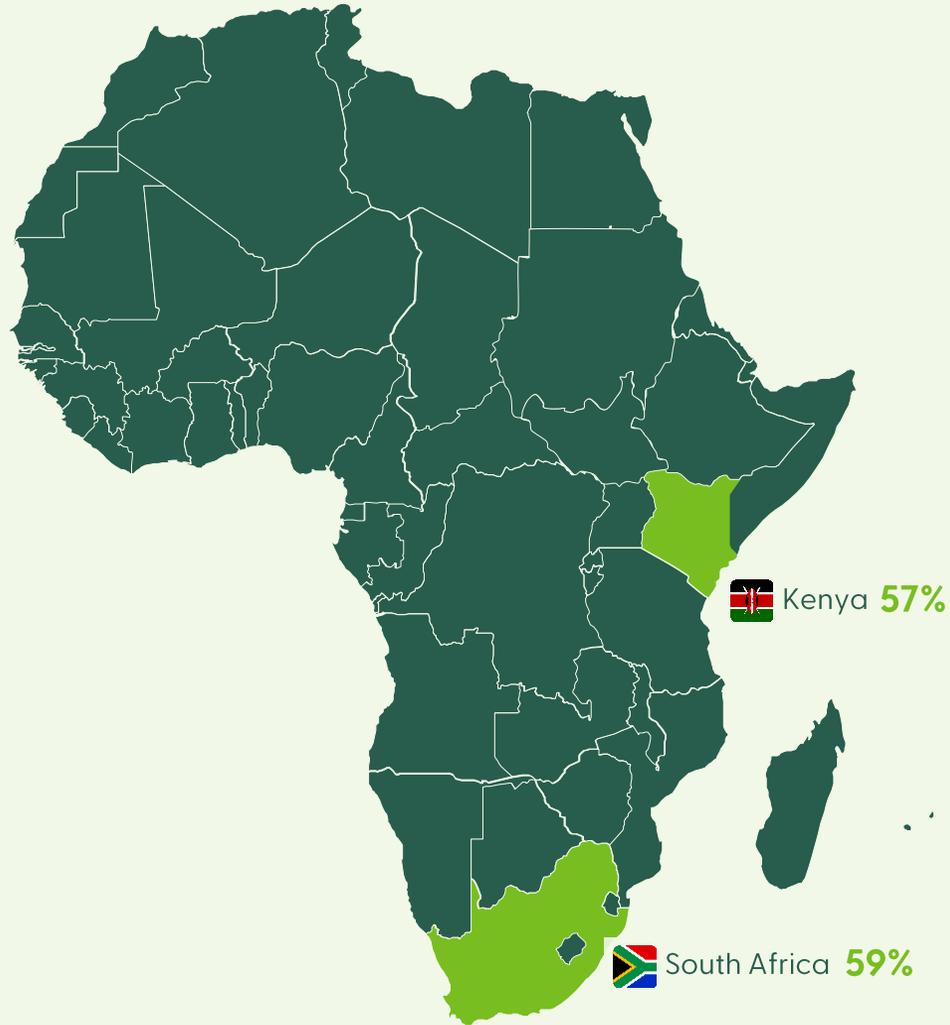
FSC is especially well recognized in the China and has also good levels in India and Thailand



CONOCIMIENTO DE FSC

PROMEDIO	43%
CHINA	77%
INDIA	55%
TAILANDIA	51%
INDONESIA	40%
AUSTRALIA	38%
MALASIA	33%
COREA DEL SUR	26%
JAPON	26%

En el continente africano, 1.600 consumidores fueron encuestados en Kenia y Sudáfrica



CONOCIMIENTO DE FSC

PROMEDIO	58%
KENIA	57%
AFRICA DEL SUR	59%



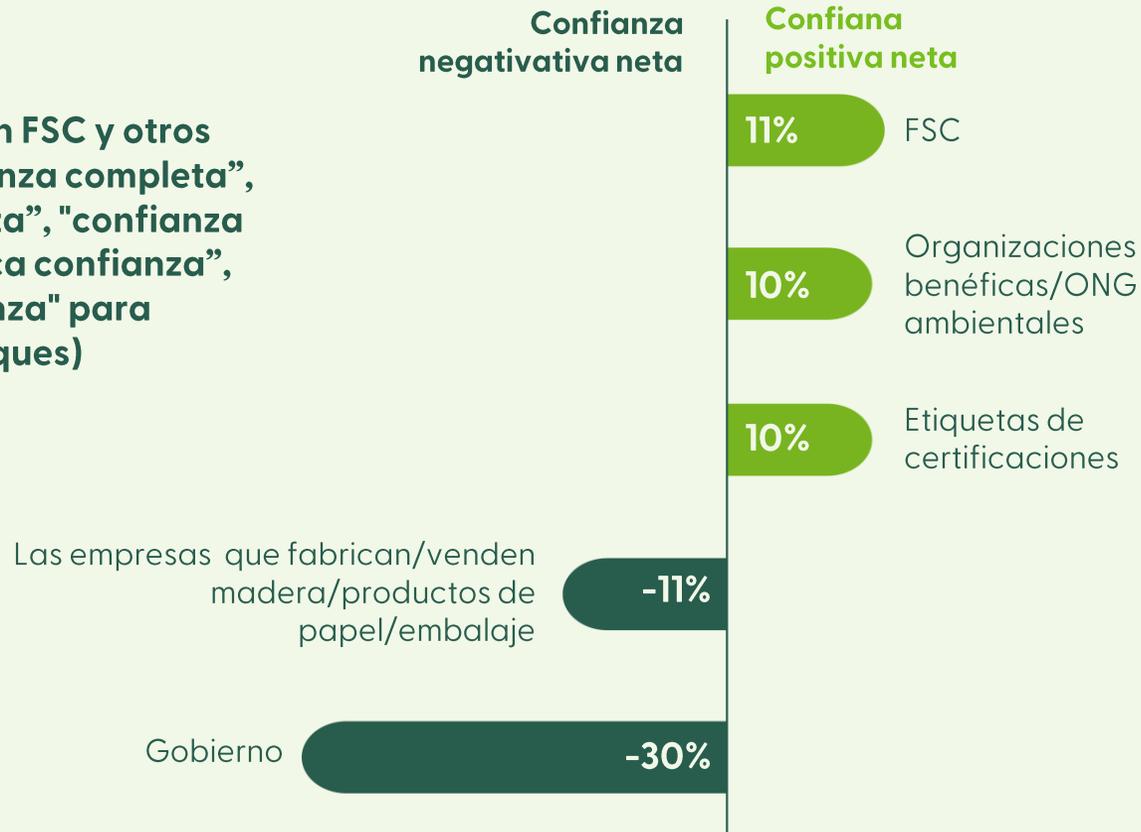
CONFIANZA EN FSC

FSC es el más confiable para proteger los bosques



En comparación con otras organizaciones, los consumidores tienen mayor confianza en FSC que en las empresas o los gobiernos.

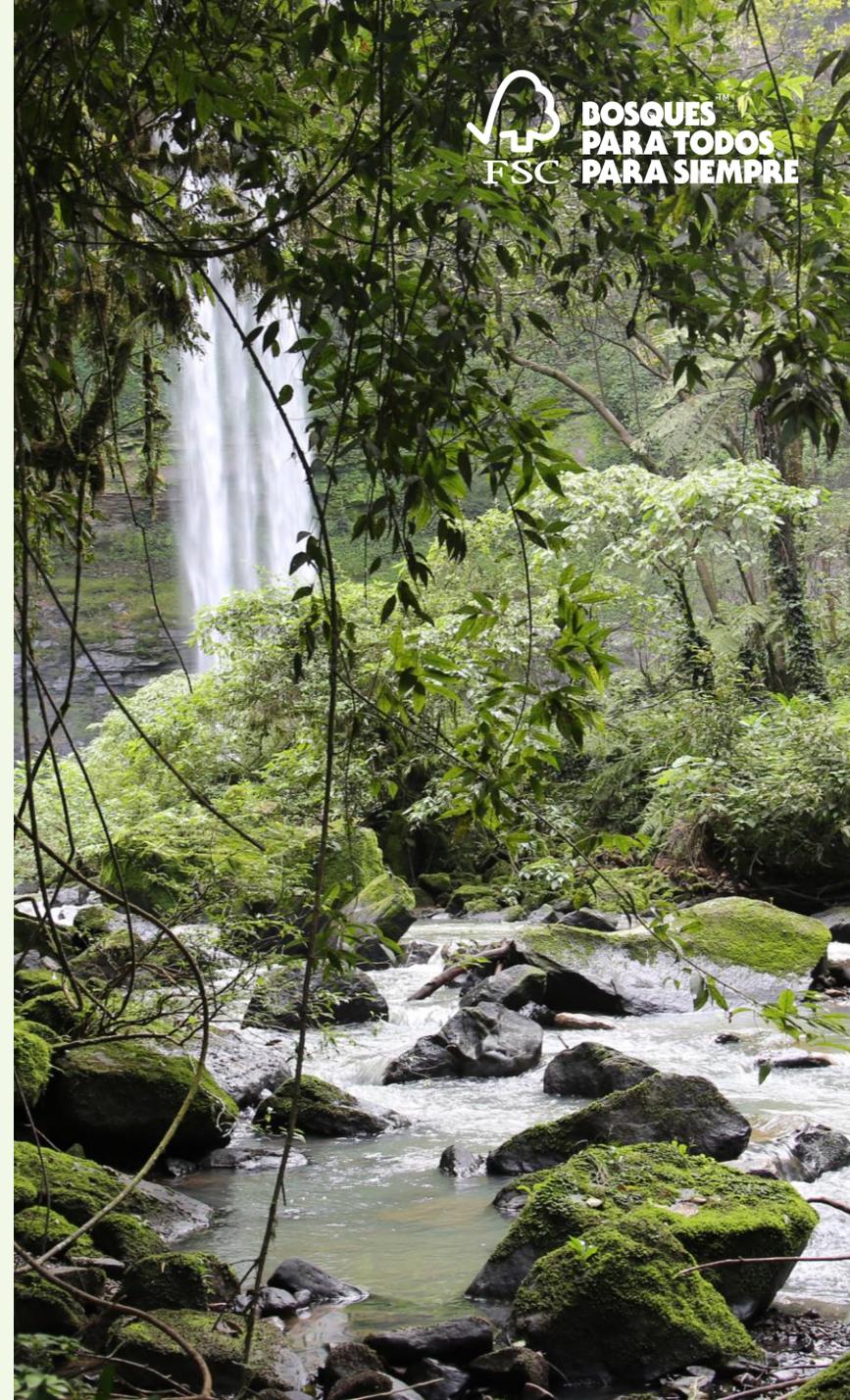
Confianza NET en FSC y otros actores (“confianza completa”, “muchísima confianza”, “confianza moderada”, “poca confianza”, “ninguna confianza” para proteger los bosques)



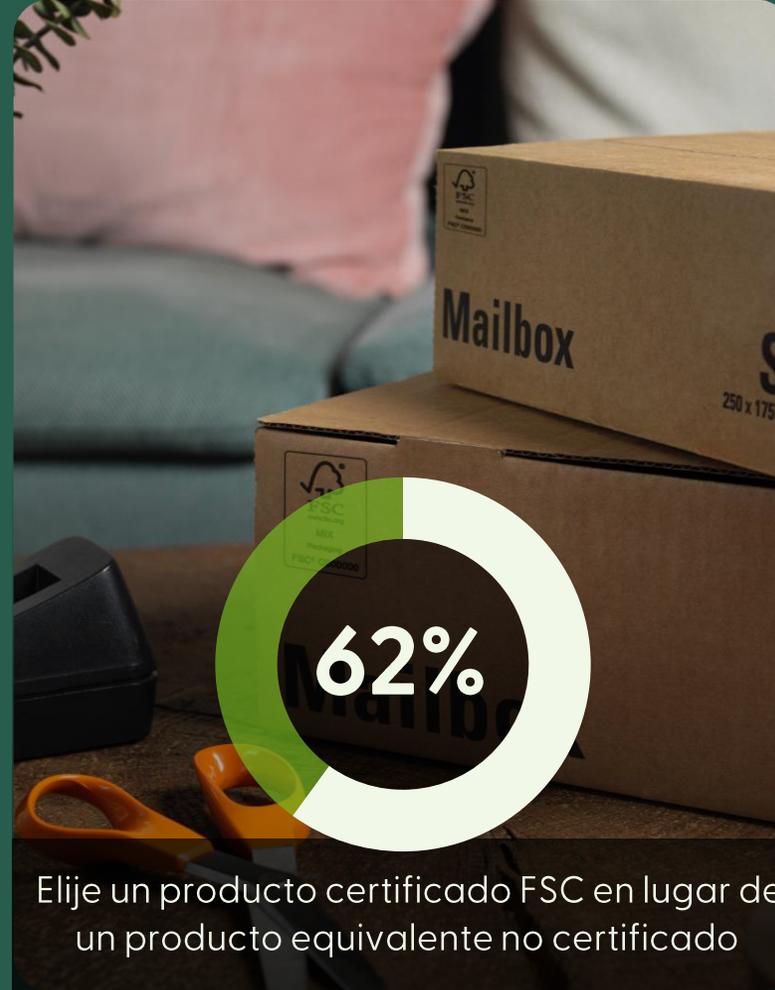
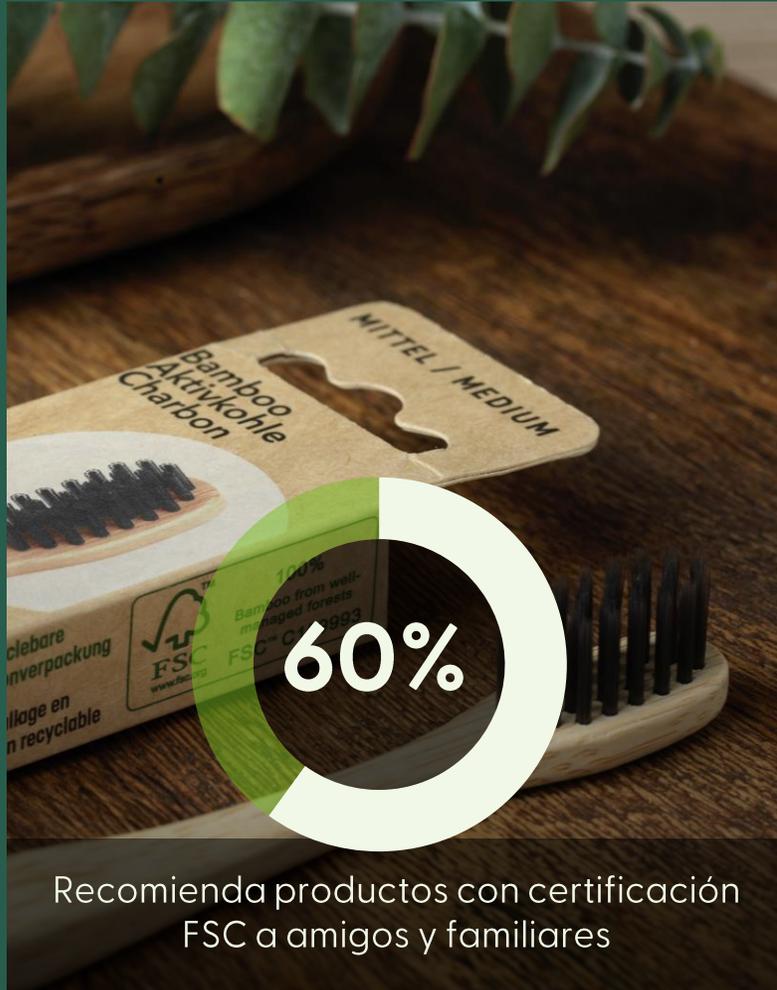
Q8. ¿Cuánta confianza tiene en cada uno de los siguientes tipos de organizaciones para proteger los bosques? (escala de 5 puntos)

23 Base: Muestra mundial total (n=26.800)

Cálculo de confianza: (4+5) menos (1+2); positivo = mayor que cero, negativo = menor que cero:



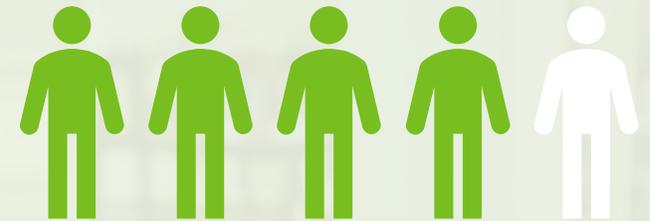
Altos niveles de recomendación e impacto en la decisión de compra entre los **consumidores globales** que conocen FSC



80%

de los consumidores a nivel mundial que reconocen FSC confían en una marca que lleva el logo FSC

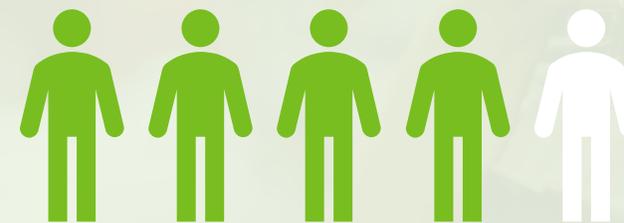
4 de 5 consumidores que conocen FSC tienen más probabilidad de confiar en una marca si FSC está presente.



76%

de los consumidores españoles que reconocen FSC confían en una marca que lleva el logo FSC

Casi 4 de 5 consumidores que conocen FSC tienen más probabilidad de confiar en una marca si FSC está presente.



Influencia de FSC en la confianza en la marca entre los **consumidores españoles**

68%

del total de consumidores encuestados

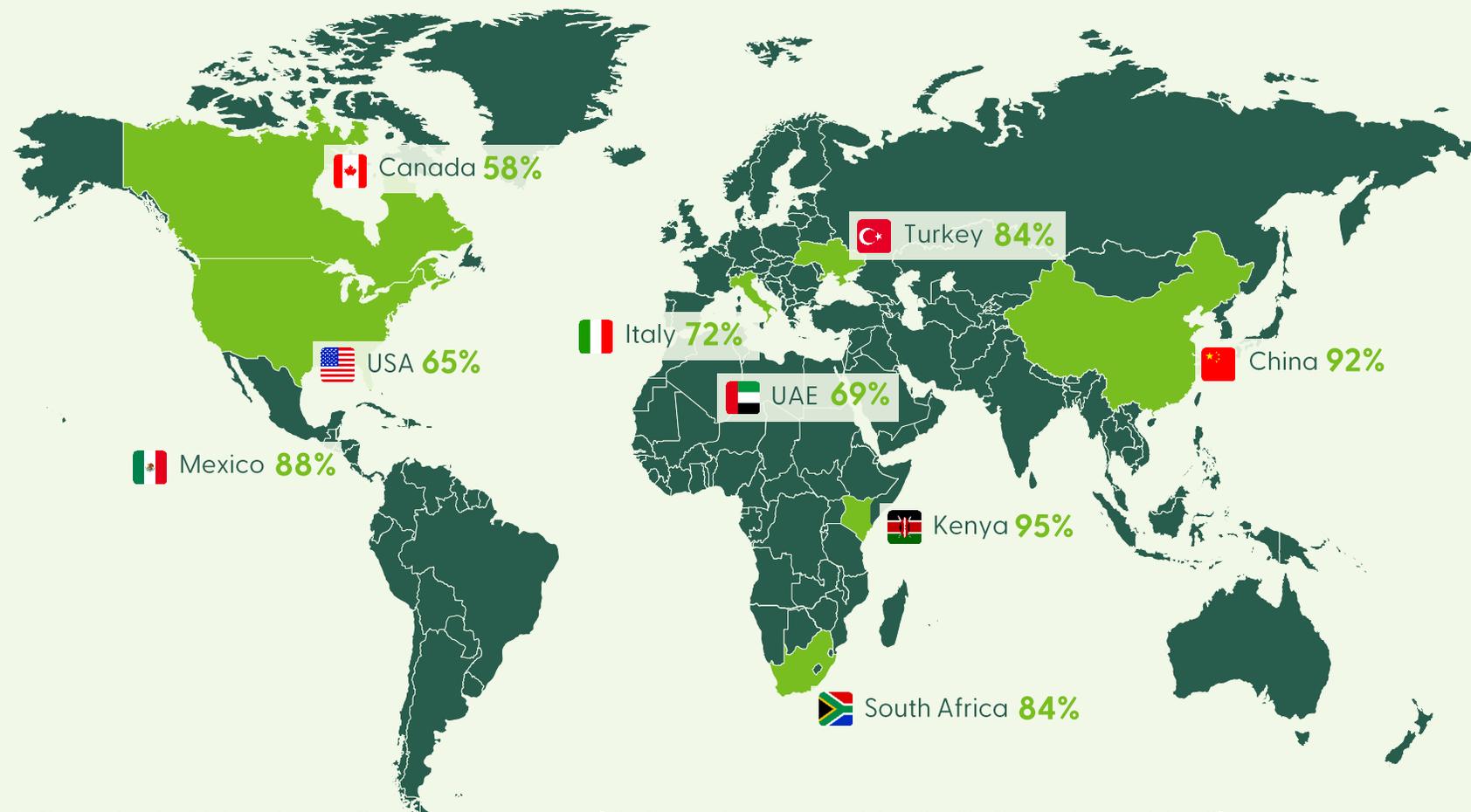
Q9. FSC (Forest Stewardship Council) certifica una serie de marcas. Si supiera que una marca promociona el FSC u ofrece productos certificados por FSC, ¿qué influencia tendría en su confianza en esa marca?
Base: Muestra Total, n=800; Reconocedores de FSC (vistos a menudo y vistos ocasionalmente, según Q3), n=369

76%

de los consumidores que reconocen FSC

A los ojos de los consumidores, las marcas que se asocian con FSC tienen una clara ventaja

8 de cada 10 consumidores a nivel mundial que reconocen FSC dicen que es más probable que confíen en una marca si ofrece productos certificados FSC



PROMEDIOS REGIONALES:

EUROPA	63%
ASIA PACÍFICO	73%
ÁFRICA	90%
AMÉRICA LATINA	83%
NORTE AMÉRICA	61%

Influencia de FSC en la confianza en la marca (“Influencia muy positiva” + “Influencia positiva”)

29 **Q9.** Si supiera que una marca promueve FSC u ofrece productos certificados por el FSC, ¿qué influencia tendría en su confianza en esa marca? (escala de 5 puntos)
Base: Muestra global total (n=26,800: reconocedor de FSC (visto a menudo y ocasionalmente, según Q3) n=12,274)

Los consumidores demandan sostenibilidad

Los consumidores a nivel mundial se preocupan por la pérdida de bosques y biodiversidad y su impacto en el cambio climático

- El cambio climático es uno de los tres temas más preocupantes del mundo para más de un tercio de los consumidores globales (35 %), solo superado por las dificultades económicas, las guerras, los conflictos y el terrorismo, y los problemas de salud/enfermedad.
- Cuando se trata de temas forestales, los consumidores están más preocupados por la pérdida de especies de plantas y animales (36 %), el impacto en el cambio climático por la pérdida de bosques (36 %) y la deforestación (34 %).

Los consumidores muestran voluntad considerable por abordar los problemas forestales a través de sus opciones de compra

- El 71% de los consumidores afirman que prefieren elegir productos que no dañen las plantas y los animales.
- El 63% dice que intenta comprar productos envasados con materiales renovables
- El 59% afirma que prefiere elegir productos que no contribuyan al cambio climático

Las certificaciones de sostenibilidad independientes se consideran herramientas importantes para el cambio

- El 64 % espera que la información sobre sostenibilidad sea certificada por una organización independiente
- El 62 % cree que puede ayudar a proteger los bosques comprando productos certificados por una organización independiente

En este contexto, FSC es el líder indiscutible como la certificación forestal más reconocida a nivel mundial.

- En 33 países a nivel mundial, casi la mitad de los consumidores reconocen el logotipo FSC (46%). FSC es especialmente reconocido en China, Reino Unido, Alemania, Dinamarca, Brasil e Italia
- Más de las tres cuartas partes de los consumidores (77%) muestran niveles de confianza de moderados a altos en FSC para proteger los bosques. En comparación con otros tipos de organizaciones, los consumidores tienen la mayor confianza en FSC, considerablemente más alta que en las empresas* o en los gobiernos.

A los ojos de los consumidores, las marcas que se asocian con FSC tienen una clara ventaja

- El 62 % de los consumidores que reconocen FSC afirman que elegirían productos certificados FSC en lugar de equivalentes no certificados. Además, casi la mitad (49 %) afirma que pagaría más por productos con certificación FSC
- El 80 % de los consumidores que reconocen e FSC dicen que es más probable que confíen en una marca si ofrece productos certificados FSC.



Una de las encuestas de consumidores más grandes del mundo sobre bosques, que involucró a 26.800 consumidores en 33 países, ha sido realizada por la agencia de investigación de renombre mundial IPSOS en nombre de FSC.



IPSOS es su socio fuerte, competente y posicionado globalmente, que tiene:

- experiencia en la coordinación de este tipo de proyectos y sabe dónde se encuentran los escollos metodológicos
- acceso a paneles de alta calidad
- gran experiencia en el tratamiento y evaluación de resultados específicos de cada país, y
- es altamente competente en la interpretación de los datos debido a nuestra experiencia en investigación de mercado global.

IPSOS is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people. “Game Changers” – our tagline – summarizes our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

www.ipsos.com



Los bosques saludables ayudan a que la vida en la Tierra prospere. Forest Stewardship Council® (FSC®), una organización sin fines de lucro que cubre más de 150 millones de hectáreas de bosques certificados, brinda la solución forestal sostenible más creíble del mundo, en la que confían ONG, consumidores y empresas para ayudar a proteger bosques saludables y resilientes, para todos, para siempre.

Gobernado igualmente por perspectivas ambientales, sociales y económicas, FSC ayuda a los administradores forestales, los pequeños propietarios y los gobiernos a garantizar ecosistemas forestales prósperos y salvaguardar los medios de vida de las comunidades forestales. Los estándares forestales de FSC, vinculados a una estricta cadena de certificación de custodia, son una solución comprobada para combatir las crisis climática y de biodiversidad. El logotipo FSC, que se encuentra en millones de productos en todo el mundo, es la marca más reconocida de silvicultura responsable.

Únete a nuestra misión de proteger los bosques del mundo.

www.fsc.org

www.es.fsc.org

GRACIAS

