



**Convenio sobre la
Diversidad Biológica**



COMUNICADO DE PRENSA

**Nuevo informe subraya una concienciación mundial en pleno crecimiento sobre la
diversidad biológica**

La Unión para el Biocomercio Ético lanza el Barómetro de la diversidad biológica en 2013



como Kraft, Starbucks y Ben & Jerry's. El Reino Unido tiene dos compañías líderes: Bodyshop y CO-OP (23 por ciento y 20 por ciento, respectivamente). En Francia, Yves Rocher, Nestlé y Danone se encontraban primeros en la lista, mientras que en China, Yili, Mengliu y Amway eran percibidos como los líderes. “Existen oportunidades indudables para que las marcas se posicionen alrededor del tema de la diversidad biológica y anticipen un interés creciente de los consumidores al respecto” concluye Rémy Oudghiri, Director Tendencias y Percepciones en IPSOS.

La información sobre la diversidad biológica aumenta, pero todavía no es suficiente

“Hoy día 32 de las 100 compañías de productos de belleza del mundo hacen referencia a la diversidad biológica en sus mensajes corporativos, como informes sobre sostenibilidad y sitios web. Esta cifra es considerablemente más alta que en 2009, pero mucho más baja comparado con 100 compañías de alimentos en los primeros lugares” dice Rik Kutsch Lojenga, Director Ejecutivo de la Unión para el Biocomercio Ético. En 2013, el 87 por ciento de los consumidores afirmó que quería estar mejor informado sobre la manera en que las compañías se proveen de sus ingredientes naturales y una gran mayoría de consumidores afirmó que boicotearían marcas que no cuiden el medio ambiente o practiquen un comercio ético en los procesos de producción y abastecimiento.

El futuro de la diversidad biológica está en la juventud

Para marcas interesadas en llegar a consumidores sobre la diversidad biológica, el Barómetro de la diversidad biológica en 2013 ofrece las siguientes ideas: los jóvenes tienden a tener el más alto nivel de concienciación en diversidad biológica (80 por ciento), así como en las personas de situación más acomodada y buen nivel de educación. Las fuentes clave de concienciación siguen siendo en gran medida los medios tradicionales: 51 por ciento de todos los consumidores que participaron en la encuesta aprendieron sobre la diversidad biológica a través de la televisión, el 33 por ciento a través de los periódicos y revistas.

Sobre el Barómetro de la diversidad biológica de la Unión para el Biocomercio Ético

El Barómetro de la Unión para el Biocomercio Ético brinda nuevas percepciones sobre la evolución de la concienciación de la diversidad biológica en los consumidores y la manera en que la industria de productos de belleza informa sobre esa diversidad. Asimismo ilustra el progreso realizado hacia el logro de los objetivos del Plan estratégico del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) de las Naciones Unidas, y sus resultados se reflejarán en la próxima edición del Panorama mundial de diversidad biológica, como un análisis a mitad de camino de los logros de dichos objetivos. Desde su primera edición en 2009, la organización mundial de investigaciones IPSOS, en nombre de la Unión para el Biocomercio Ético, ha entrevistado a 31 000 consumidores en 11 países (Brasil, China, Francia, Alemania, India, Japón, Perú, Corea del Sur, Suiza, el Reino Unido y Estados Unidos). En 2013, en la encuesta para el Barómetro de la diversidad biológica participaron 6 000 consumidores de seis países - Brasil, China, Francia, Alemania, el Reino Unido y Estados Unidos.

La Unión para el Biocomercio Ético

La Unión para el Biocomercio Ético es una asociación sin fines de lucro que promueve ‘el aprovisionamiento con respeto’ de los ingredientes que provienen de la diversidad biológica. Sus miembros, que incluyen numerosas compañías de productos de belleza, se comprometen a asegurar gradualmente que sus prácticas de aprovisionamiento fomentan la conservación de la diversidad biológica y el respeto por los conocimientos tradicionales, y aseguran la participación equitativa en los beneficios a lo largo de toda su cadena de abastecimiento.

Para más información, sírvase visitar: www.ethicalbiotrader.org

Contacto: Unión para el Biocomercio Ético

Tel.: +31 20 223 4567, info@ethicalbiotrader.org

Para acceso a nuestra área de prensa (con imágenes, logotipos y documentos), sírvase visitar: www.ethicalbiotrader.org/press/login.html

Nombre del usuario: UEBTpress

Contraseña: R3sPeCt09