

Sostenibilidad e HidroSOstenibilidad: Percepción y aceptación del consumidor

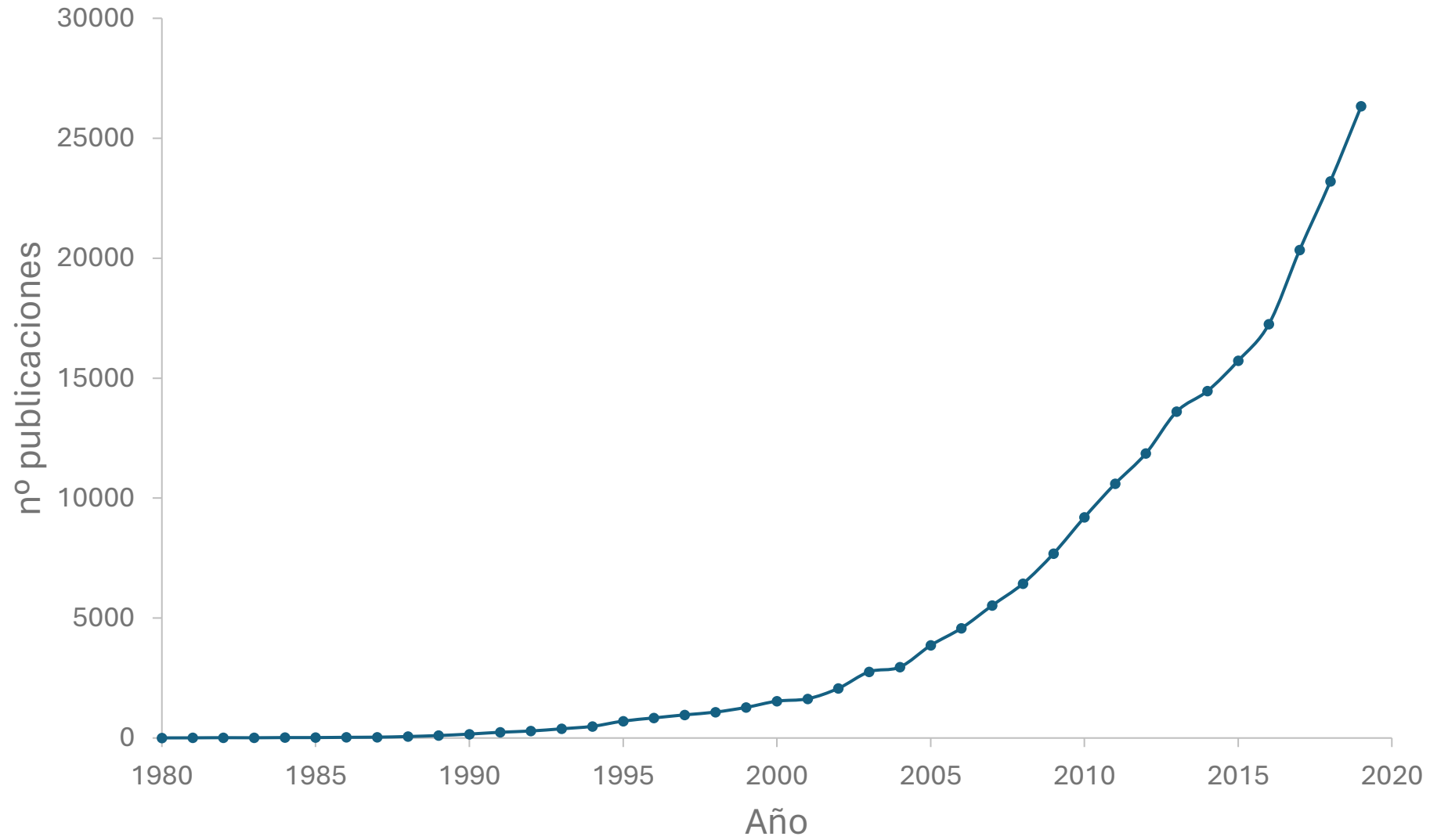


PAOLA SÁNCHEZ BRAVO

SOSTENIBILIDAD

“Capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

POLÍTICA

ÉTICA

HISTORIA

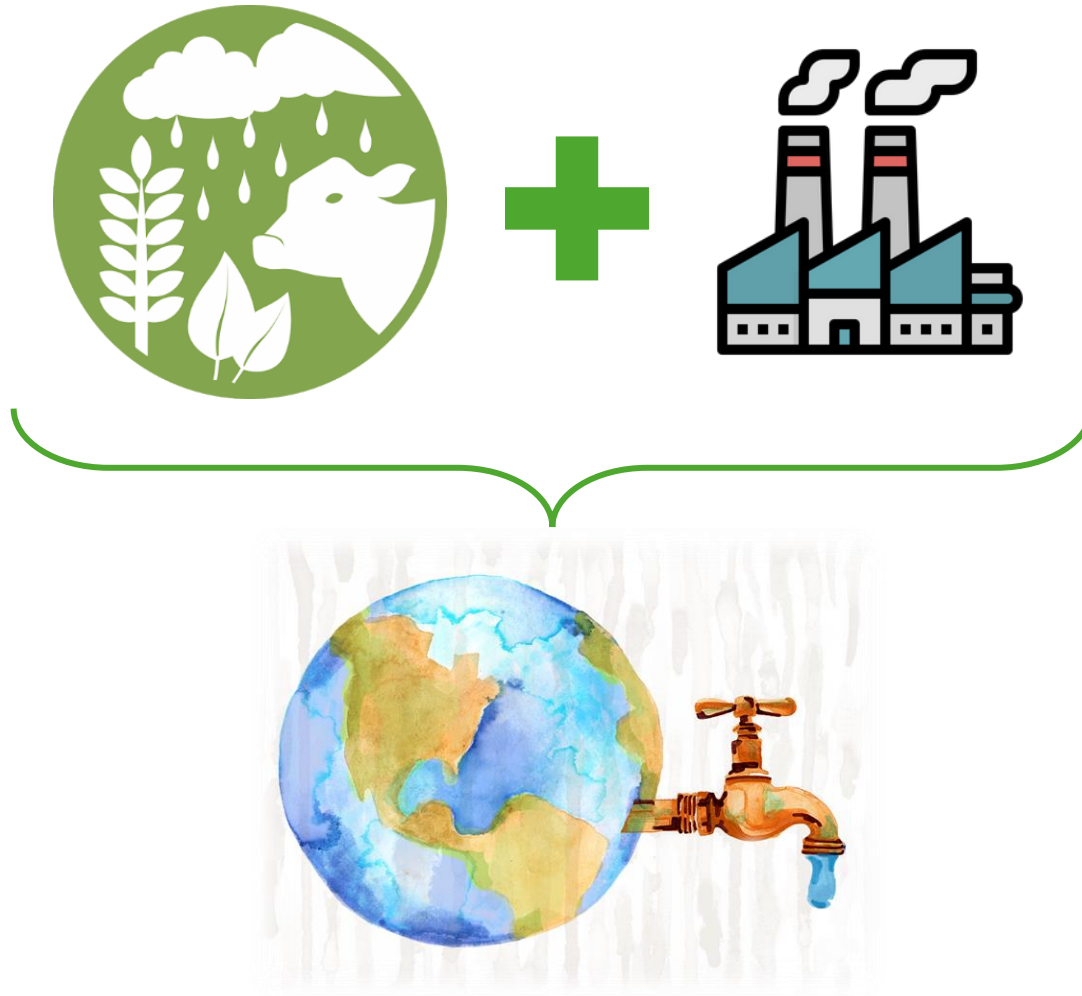
RELIGIÓN

SOSTENIBILIDAD



INTRODUCCIÓN

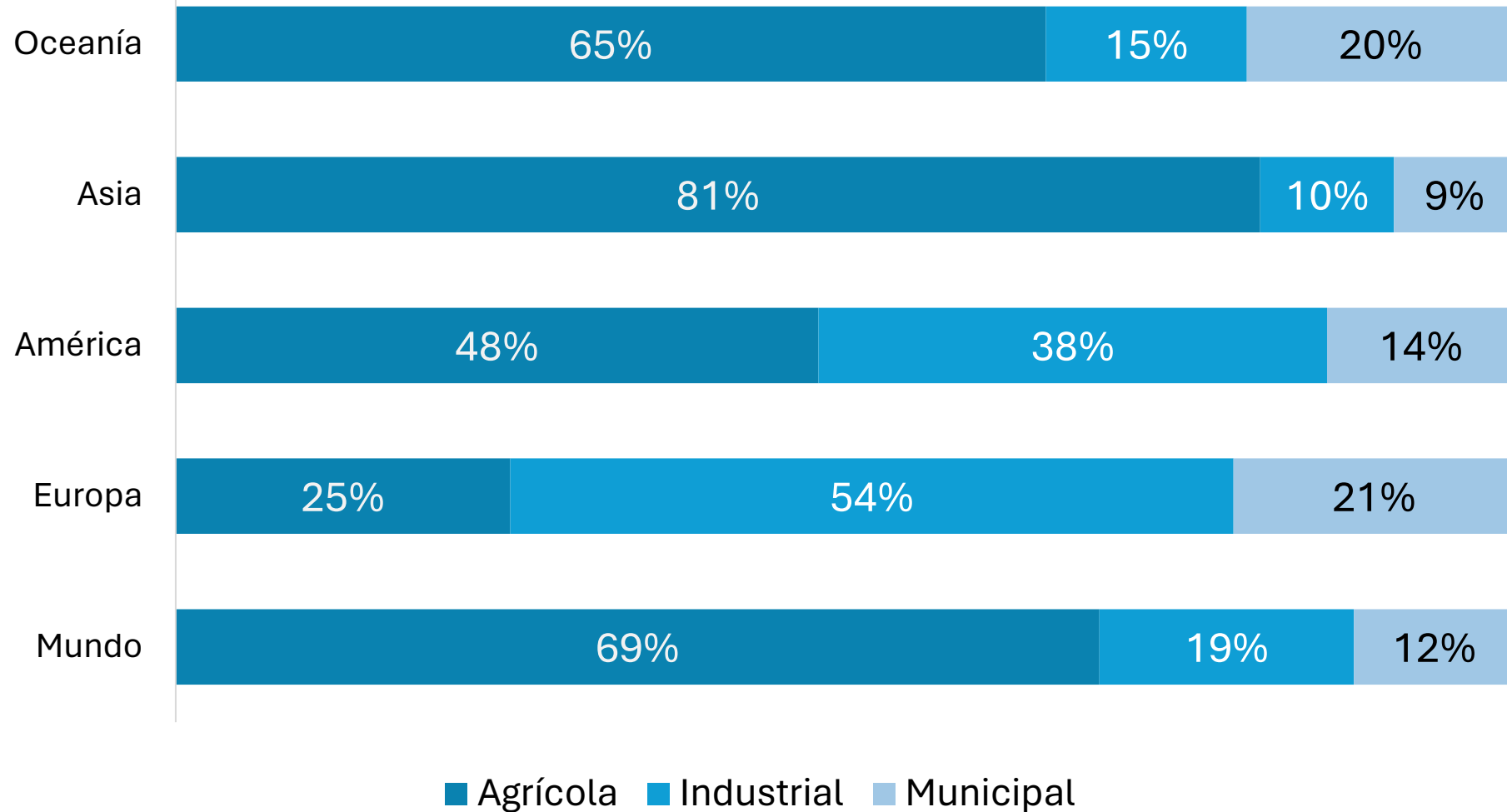
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



Sectores que más **agua consumen**, y sus actividades generan un alto nivel de contaminación e intensifican la escasez de agua y el consumo de agua dulce.

INTRODUCCIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



INTRODUCCIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Principales estrategias para hacer frente a la escasez de agua son:

(i) el uso de **materiales vegetales** con baja demanda de agua y/o capaces de soportar el riego deficitario con un impacto mínimo en el rendimiento y la calidad de la fruta.



(ii) el uso de **prácticas mejoradas** de gestión del riego por déficit que puedan minimizar el impacto en el rendimiento y la calidad de la fruta.

INTRODUCCIÓN

SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y CULTURAL

DIETA SOSTENIBLE



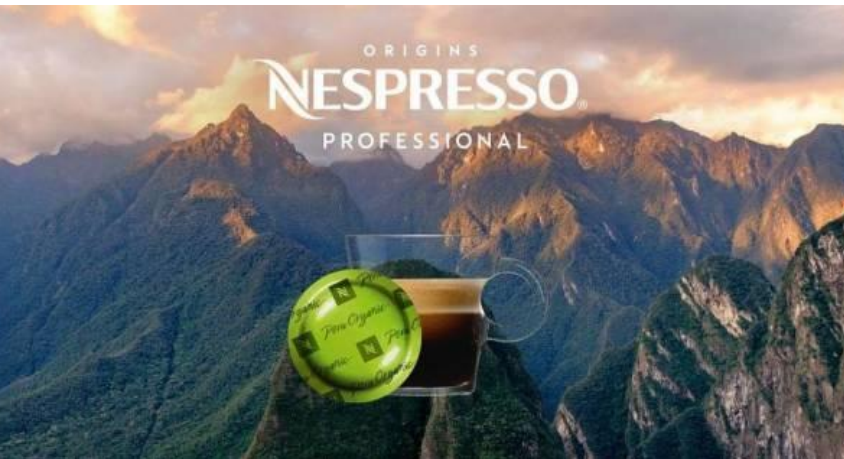
INTRODUCCIÓN

SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

La economía depende en gran medida de la naturaleza y, por lo tanto, la actividad económica debe estar limitada por la **capacidad finita de la biosfera** para regenerar recursos y asimilar desechos.



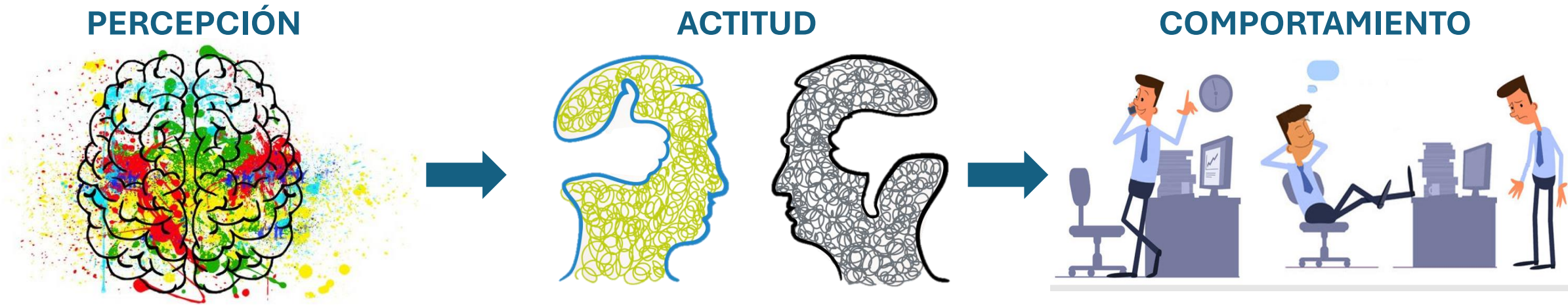
INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

IMPLICACIÓN DEL CONSUMIDOR

La sostenibilidad está fuertemente vinculada con la forma en que las personas consumen.



INTRODUCCIÓN

La preocupación ambiental se convierte en “**comportamiento proambiental**” cuando las personas deciden actuar.

El consumo sostenible de alimentos debe entenderse como un comportamiento que depende de las **percepciones** sobre lo que compra un consumidor y cómo la producción y la distribución afectan al medio ambiente.



INTRODUCCIÓN

~~CONFIANZA~~



1

Los problemas ambientales no se consideran adecuadamente

2

Dejadez de funciones

INTRODUCCIÓN

ETIQUETADO SOSTENIBLE

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo se reconoció que el etiquetado sostenible es útil para crear incentivos en aquellos productos y procesos que sean amistosos hacia el medio ambiente.

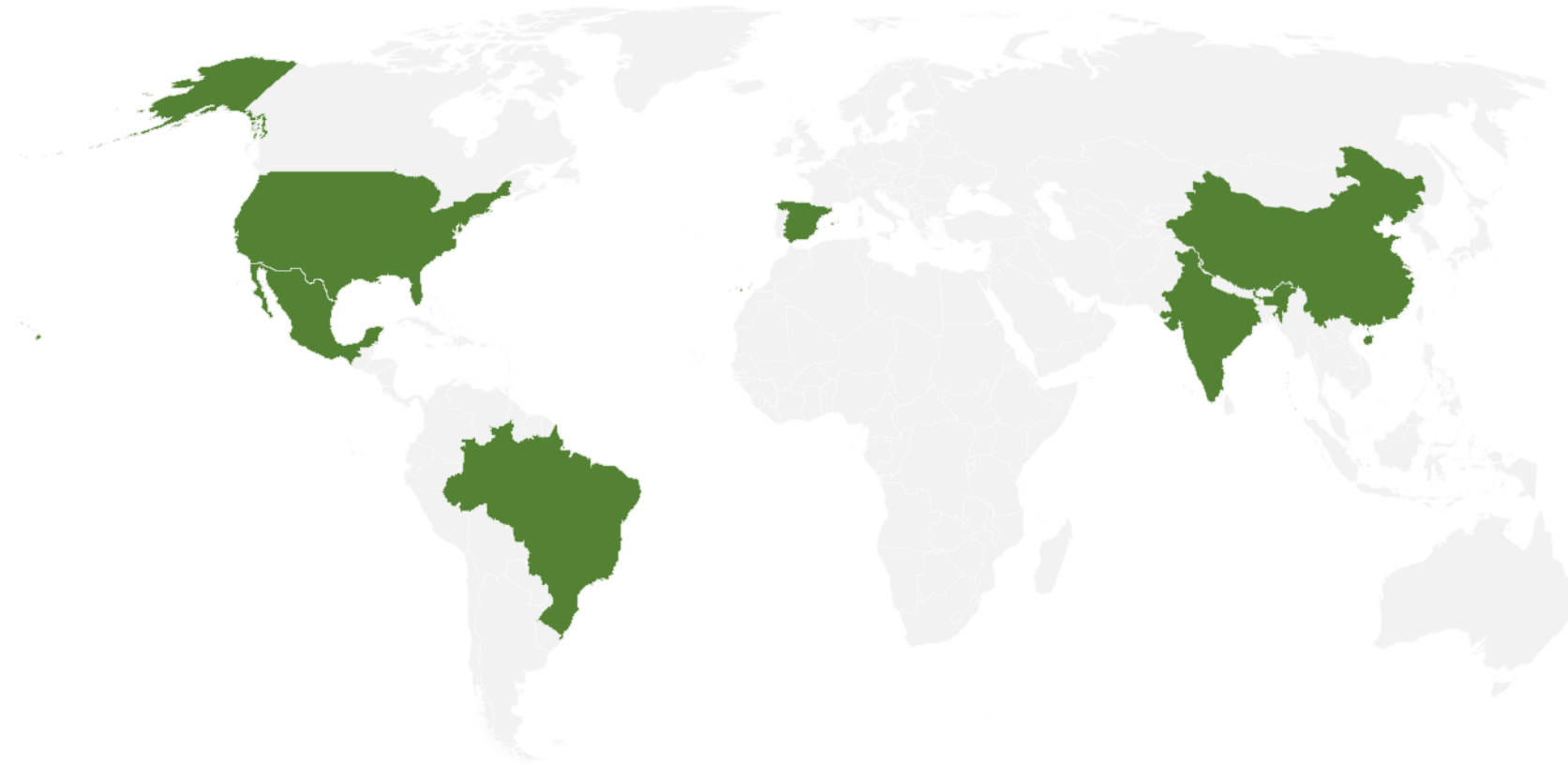


¿Qué entiende el
consumidor por
sostenibilidad?



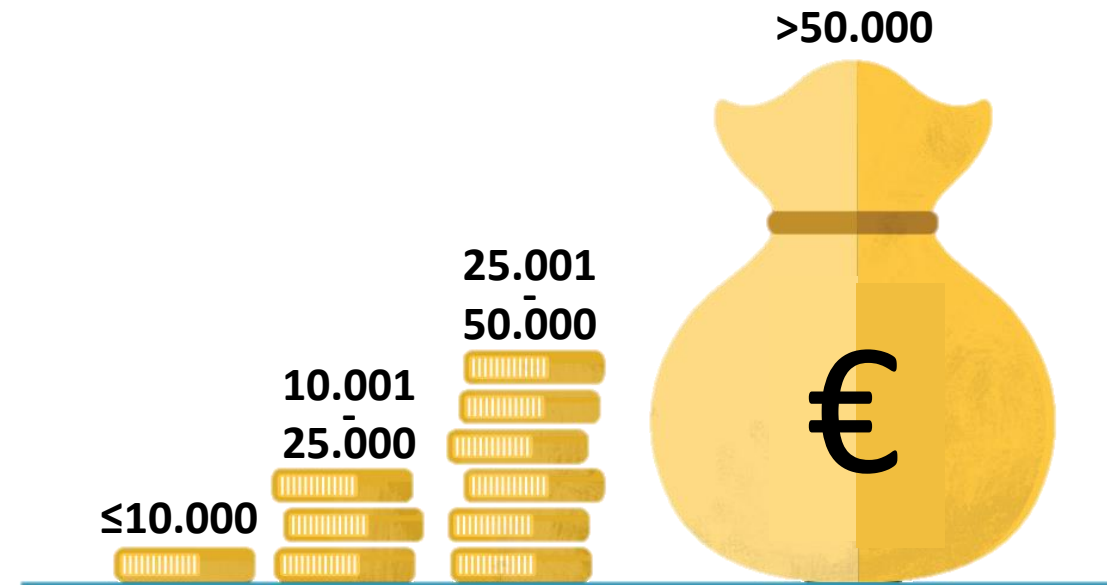
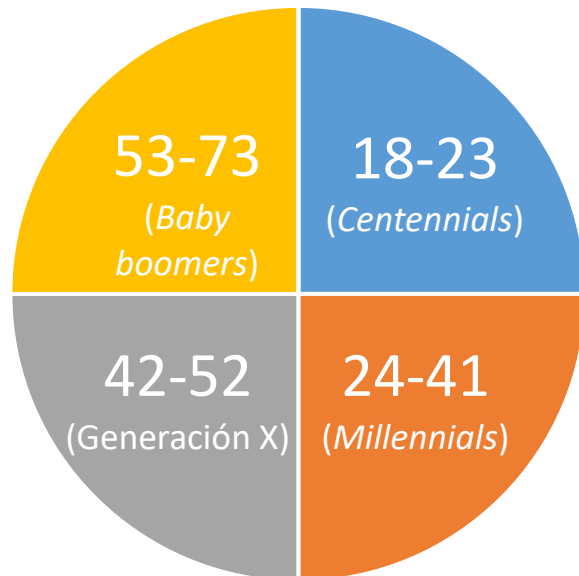
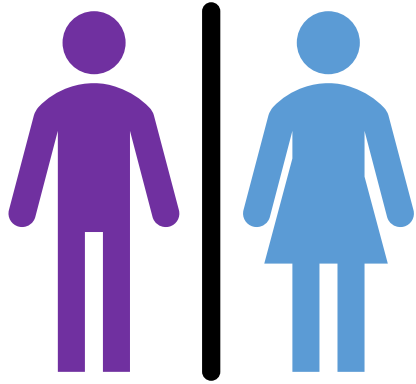
¿Qué entiende el consumidor por sostenibilidad?

ESTUDIOS DE CONSUMIDORES



MATERIALES Y MÉTODOS

ESTUDIOS DE CONSUMIDORES



MATERIALES Y MÉTODOS

ESTUDIOS DE CONSUMIDORES

País	Rango 1	Rango 2	Rango 3	Rango 4
EE. UU. (dólar)	≤ 25.000	25.001-50.000	50.001-100.000	> 100.000
España (euro)	≤ 10.000	10.001-25.000	25.001-50.000	> 50.000
Brasil (real)	≤ 14.400	14.401-26.400	26.401-48.000	> 48.000
México (peso)	≤ 48.000	48.001-96.000	96.001-240.000	> 240.000
India (rupia)	≤ 25.000	25.001-50.000	50.001-100.000	> 100.000
China (yuan)	≤ 25.000	25.001-50.000	50.001-100.000	> 100.000
Recalculado a euros (€)				
EE. UU.	≤ 20.613	20.614-41.226	41.227-82.452	> 82.452
España	≤ 10.000	10.001-25.000	25.001-50.000	> 50.000
Brasil	≤ 2.204	2.205-4.042	4.042-7.348	> 7.348
México	≤ 1.980	1.981-3.961	3.962-9.901	> 9.901
India	≤ 283	284 -566	567-1.132	> 1.132
China	≤ 3.193	3.194-6.386	6.387-12.772	> 12.772

RESULTADOS



RESULTADOS: Sostenibilidad

Un producto Sostenible es...

	EE.UU.	China	México	Brasil	España	India
Lo recomiendo						
Respetuoso con el medio ambiente						
Necesita un logo						
Auténtico						
Más sano						
Más caro						
Producción tradicional						
Pocos químicos						
Más sabroso						
Aumenta mi confianza						
Tiene mejor calidad						
Aspecto natural						

RESULTADOS: Sostenibilidad

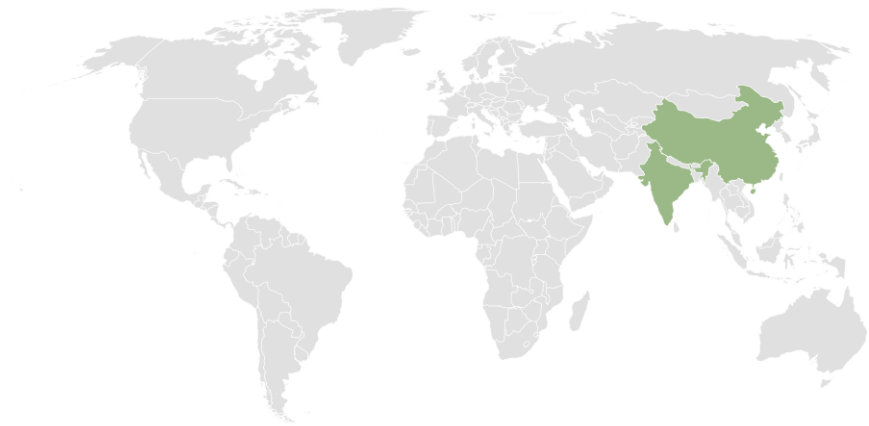
DECLARACIONES BÁSICAS

Vegetarianismo &
Efecto invernadero

Bienestar animal

Agricultura

Etiquetado & Información
ambiental



RESULTADOS: Sostenibilidad

DECLARACIONES BÁSICAS

Vegetarianismo &
Efecto invernadero

Bienestar animal

Agricultura

Etiquetado & Información
ambiental



MUNDO



CHINA



RESULTADOS: Sostenibilidad

DECLARACIONES BÁSICAS

Vegetarianismo &
Efecto invernadero

Bienestar animal

Agricultura

Etiquetado & Información
ambiental

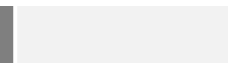
Agricultura altamente automatizada



RESTO

CHINA

INDIA



RESULTADOS: Sostenibilidad

DECLARACIONES BÁSICAS

Vegetarianismo &
Efecto invernadero

Bienestar animal

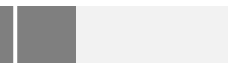
Agricultura

Etiquetado & Información
ambiental

Agricultura intensiva



MUNDO



INDIA



RESULTADOS: Sostenibilidad

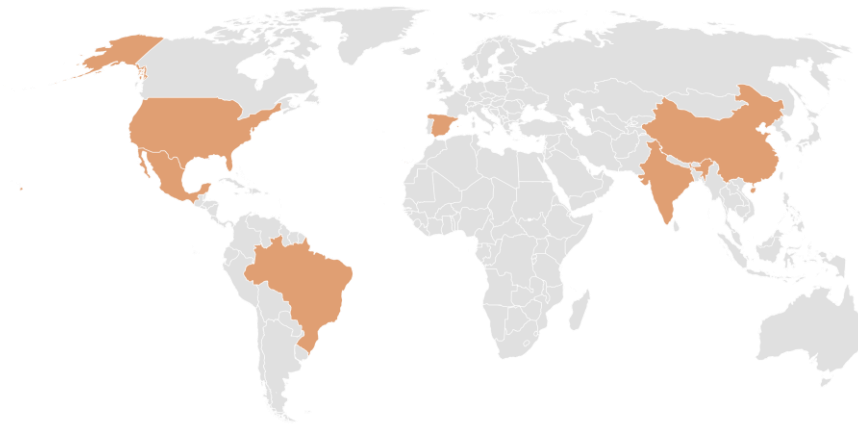
DECLARACIONES BÁSICAS

Vegetarianismo &
Efecto invernadero

Bienestar animal

Agricultura

Etiquetado & Información
ambiental



MUNDO

RESULTADOS: Sostenibilidad

BENEFICIOS PARA LAS COMUNIDADES LOCALES



Pequeños agricultores
&
Productos locales



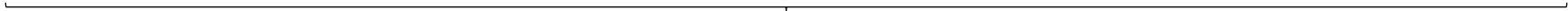
ANOVA	País					
	EE.UU.	China	México	Brasil	España	India
***	5,1 d	5,9 ab	6,1 a	5,8 bc	5,7 c	5,8 bc
***	5,6 b	5,2 c	6,0 a	5,9 a	5,9 ab	5,8 ab
***	5,1 c	5,4 b	5,8 a	5,8 a	5,8 a	5,7 a
***	5,5 c	6,0 a	6,0 a	5,7 b	5,8 ab	5,7 bc
***	5,4 c	5,6 bc	5,8 ab	5,9 a	5,6 bc	5,6 bc

ANOVA	Edad			
	18-23	24-41	42-52	53-73
***	5,6 b	5,9 a	5,8 a	5,6 b
***	5,5 b	5,9 a	5,9 a	5,7 a
***	5,4 b	5,7 a	5,7 a	5,6 ab
***	5,6 b	5,8 a	5,9 a	5,8 a
***	5,4 b	5,7 a	5,8 a	5,7 a

ANOVA	Educación				
	≤ Primaria	ESO	Bachiller	Diplomatura	≥Universidad
***	5,2 d	5,5 cd	5,6 bc	5,8 ab	5,9 a
***	5,5 b	5,6 b	5,8 b	5,6 b	6,0 a
***	5,3 b	5,4 b	5,5 b	5,6 b	5,8 a
***	5,4 c	5,6 bc	5,7 ab	5,8 ab	5,9 a
***	5,3 b	5,6 b	5,5 b	5,7 ab	5,8 a

RESULTADOS: Sostenibilidad

CALIDAD SENSORIAL



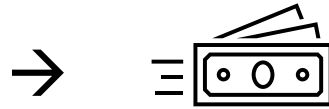
MAYOR CALIDAD



RESULTADOS: Sostenibilidad

PRECIO E INTENCIÓN DE COMPRA

Respetuoso Medio Ambiente



Estoy dispuesto a pagar más por productos locales

El precio que pago por los productos ecológicos merece la pena

Compraré sostenible si el precio es razonable

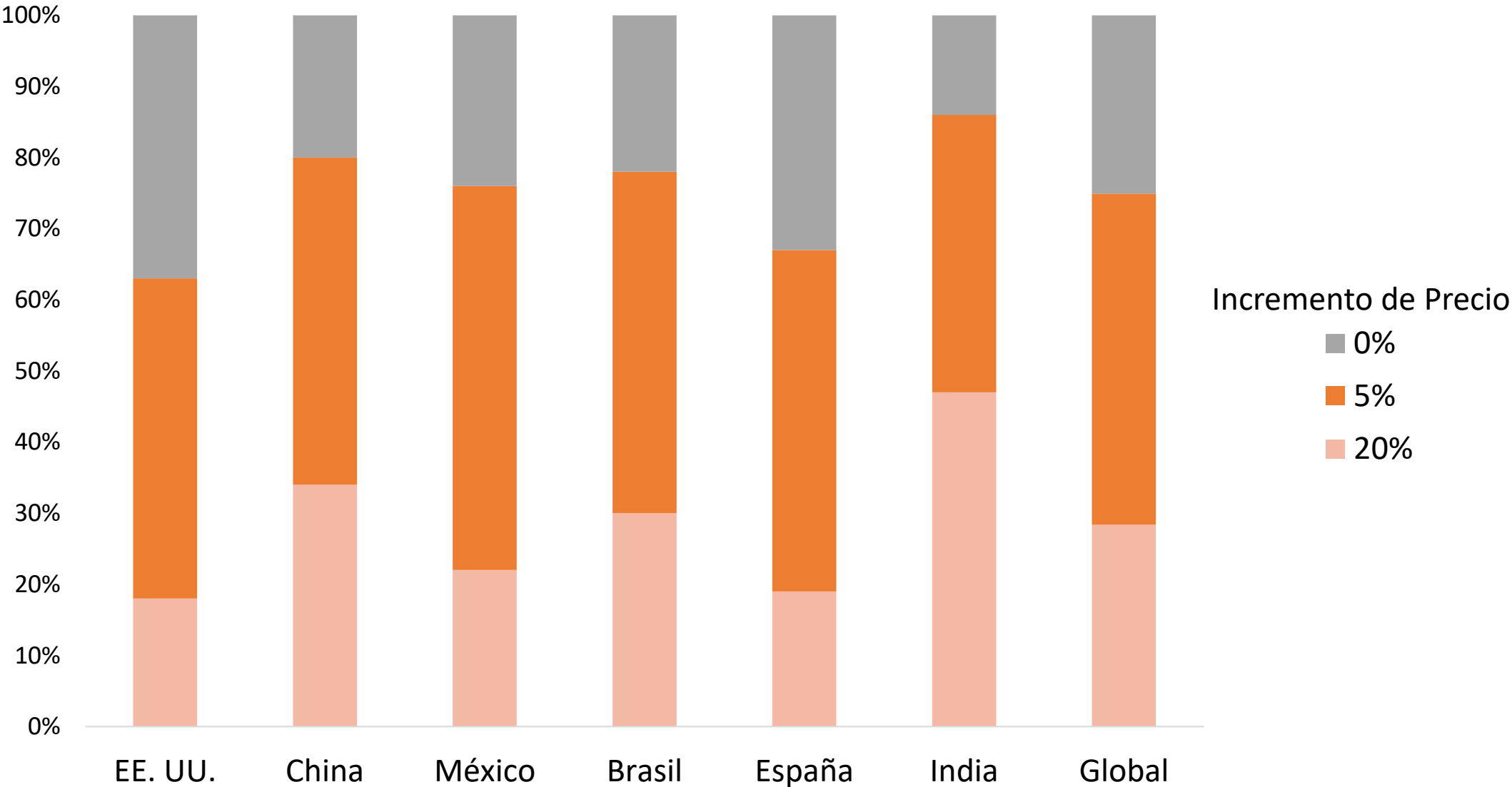
Compraré ecológico incluso con mayor precio



24-52

RESULTADOS: Disposición a pagar por diferentes categorías de alimentos

DISPOSICIÓN A PAGAR



**¿En qué categorías de alimentos,
durante su cultivo/elaboración,
es posible ahorrar más agua?**

RESULTADOS: Sostenibilidad del agua

¿En qué categorías de alimentos, durante su cultivo/elaboración, es posible ahorrar más agua?

	Brasil	China	India	México	España	EE.UU.
Café, té y cacao	cde	ef	cde	d	de	de
Huevos	cde	ab	bc	de	e	cd
Pescado y marisco	de	de	efg	ef	f	de
Frutas y zumos	a	bc	abc	bc	bcd	c
Cereales y productos de granos	a	a	ab	ab	ab	a
Carne y productos cárnicos	bc	de	fg	cd	cde	cd
Leche y productos lácteos	bcd	cd	ab	d	de	cd
Snacks	f	fg	def	g	g	f
Refrescos y agua embotellada	ef	g	g	fg	f	ef
Patatas y tubérculos	ab	abc	cd	cd	bc	cd
Vegetales, frutos secos y legumbres	ab	a	a	a	a	a

RESULTADOS: Sostenibilidad del agua

¿En qué categorías de alimentos se debe trabajar más para ahorrar agua?

	Brasil (%)	China (%)	India (%)	México (%)	España (%)	EE.UU. (%)
Café, té y cacao	19.5	23.3	22.0	16.8	18.8	15.5
Huevos	9.7	18.8	21.5	6.3	9.3	11.2
Pescado y marisco	13.0	23.7	14.7	14.2	10.8	20.5
Frutas y zumos	37.8	33.7	31.5	38.0	36.2	32.3
Cereales y productos de granos	46.3	42.3	53.3	37.3	50.0	46.5
Carne y productos cárnicos	35.7	22.0	16.7	31.8	30.2	37.5
Leche y productos lácteos	22.7	24.5	31.3	26.8	20.2	29.2
Snacks	15.0	22.0	10.7	17.2	15.7	13.5
Refresco y agua embotellada	34.3	29.3	26.5	42.3	26.0	27.5
Patatas y tubérculos	29.0	29.8	24.3	25.3	33.8	26.3
Vegetales, frutos secos y legumbres	38.0	39.8	52.5	47.8	59.5	48.0

CONCEPTO hidroSostenible



CONCEPTO HidroSOStenible

ÍNDICE DE RIEGO HIDROSOS

INDICADOR	DESCRIPTOR	PUNTOS
Tipo de riego	Goteo/Microaspersión	5
Número y caudal de emisores	0,8-1,2 mm h ⁻¹ (ET ₀)	10
Frecuencia de riego	1-3 días	5
Uniformidad	95 %-; 90 %	5; 2
Procedencia del agua	Reutilizada 100 %; 75-100 %; 50-75 %; 25-50 %	5; 4; 3; 1
Manejo del suelo	Con cubierta; No laboreo	5; 2
Calidad del agua	Análisis anual salinidad	1
Eficiencia del uso del agua	> 6 kg m ⁻³ ; 3-6 kg m ⁻³ ; < 3 kg m ⁻³	5; 2; 0
Uso de estimadores	Decidir el momento de reducción del riego	5
Duración del riego deficitario	Hasta la última semana de Ago./Feb.; Hasta la segunda semana de Ago./Feb; Hasta la última semana de Jul./Ene.	5; 2; 1
Ahorro del agua aplicada	> 50 %; 30-50 %; 30-40 %; 10-20 %	10; 7; 5; 2
Indicadores utilizados	Suelo-Planta; Modelos de cultivo	5; 2
Frecuencia de medida	Continua; Discontinua	10; 8
Plan de muestreo	100 %, 75-100 %; 50-75 %; 25-50 % superficie	10; 8; 4; 2
Número de medidas	100% árboles; 80 % árboles o 10 puntos por zona	10; 8
Medida del nivel de estrés hídrico	Ψ entre -2 y -3,9 MPa	5

CONCEPTO HidroSOStenible

ÍNDICE DE CALIDAD HIDROSOS

AOVE

INDICADOR	DESCRIPTOR	PUNTOS
Atributos sensoriales: amargo, picante y afrutado	> 10 % en los 3 atributos	5
	> 10 % en 2 atributos	4
	> 10 % en solo 1 atributo	2
Ácidos grasos	↑ > 5 % en ácido oleico y ↓ > 10 % en ácido linoleico	5
	↑ 4,9-3 % en ácido oleico y ↓ > 9,9-7 % en ácido linoleico	4
	↑ 2,9-1 % en ácido oleico y ↓ > 6,9-5 % en ácido linoleico	3
	↑ < 1 % en ácido oleico y ↓ < 5 % en ácido linoleico	2
Compuestos fenólicos	↑ > 30 % en TPC y > 20 % en oleuropeína	10
	↑ > 30 % en TPC y 19,9-15 % en oleuropeína	9
	↑ 29,9-20 % en TPC y 14,9-10 % en oleuropeína	8
	↑ 19,9-10 % en TPC y 9,9-5 % en oleuropeína	5
	↑ 9,9-5 % en TPC y 4,9-2,5 % en oleuropeína	3

CONCEPTO HidroSOStenible



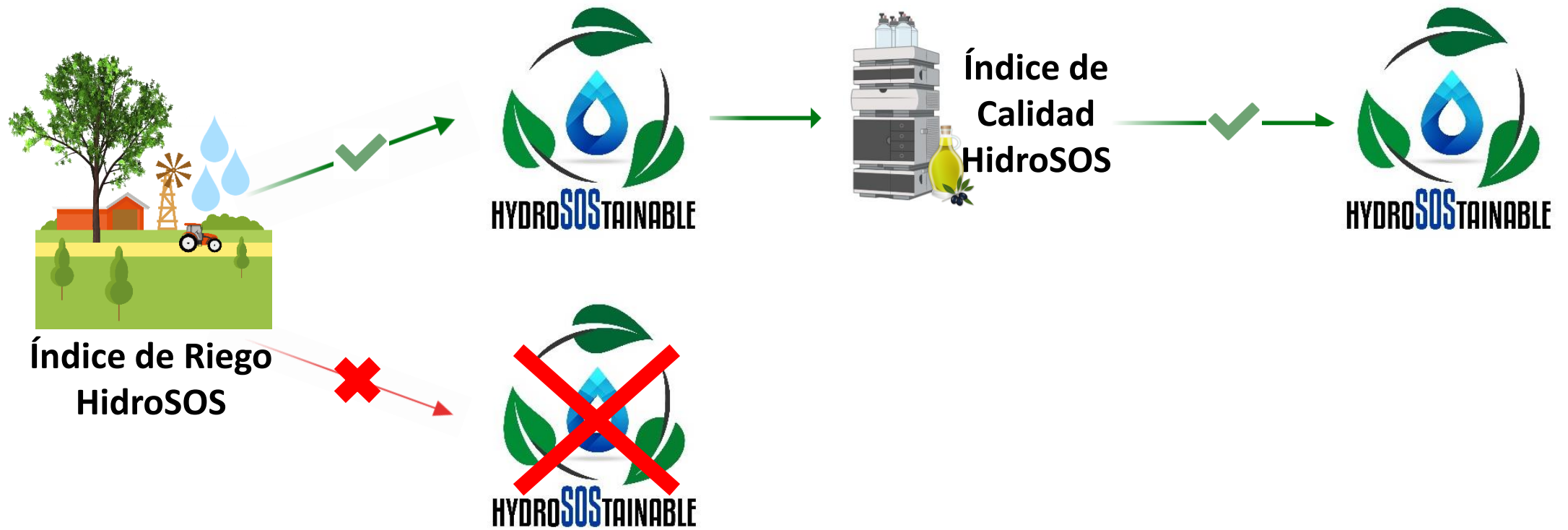
Precisa de alguna mejora para considerarse realmente hidroSOStenible.

Deficiencias en el manejo del agua.

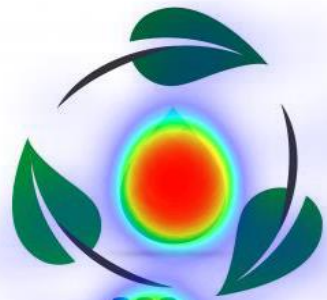
Ningún interés en la conservación de los recursos hídricos.

CONCEPTO HidroSOSTenible

RESUMEN

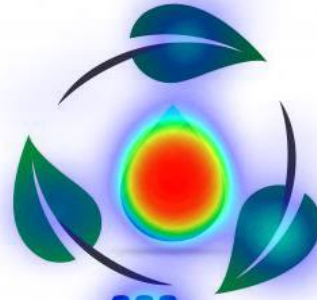


CONCEPTO HidroSOStenible



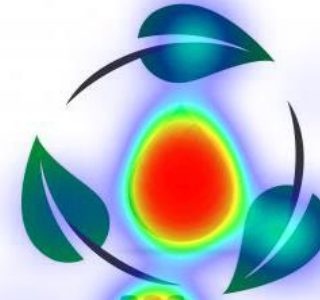
HYDRO**SOS**TAINABLE

EE. UU.



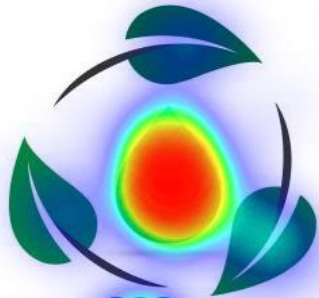
HYDRO**SOS**TAINABLE

CHINA



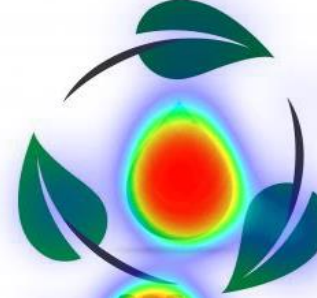
HYDRO**SOS**TAINABLE

MÉXICO



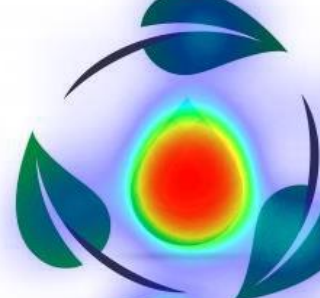
HYDRO**SOS**TAINABLE

BRASIL



HYDRO**SOS**TAINABLE

ESPAÑA



HYDRO**SOS**TAINABLE

INDIA

¡Gracias!



Sostenibilidad e HidroSOstenibilidad: Percepción y aceptación del consumidor



PAOLA SÁNCHEZ BRAVO