

Congreso Nacional del Medio Ambiente
Madrid del 26 al 29 de noviembre de 2018

ESTUDIO DE MERCADO Y PILOTO “CÓMO HACER RELEVANTE EL MENSAJE DE LA BIODIVERSIDAD PARA EMPRESAS Y CONSUMIDORES”

María Rodríguez y alumnos de la
Universidad Europea de Madrid
#conama2018



- 01** Investigación de mercados
- 02** Estrategia de Comunicación
- 03** Recomendaciones

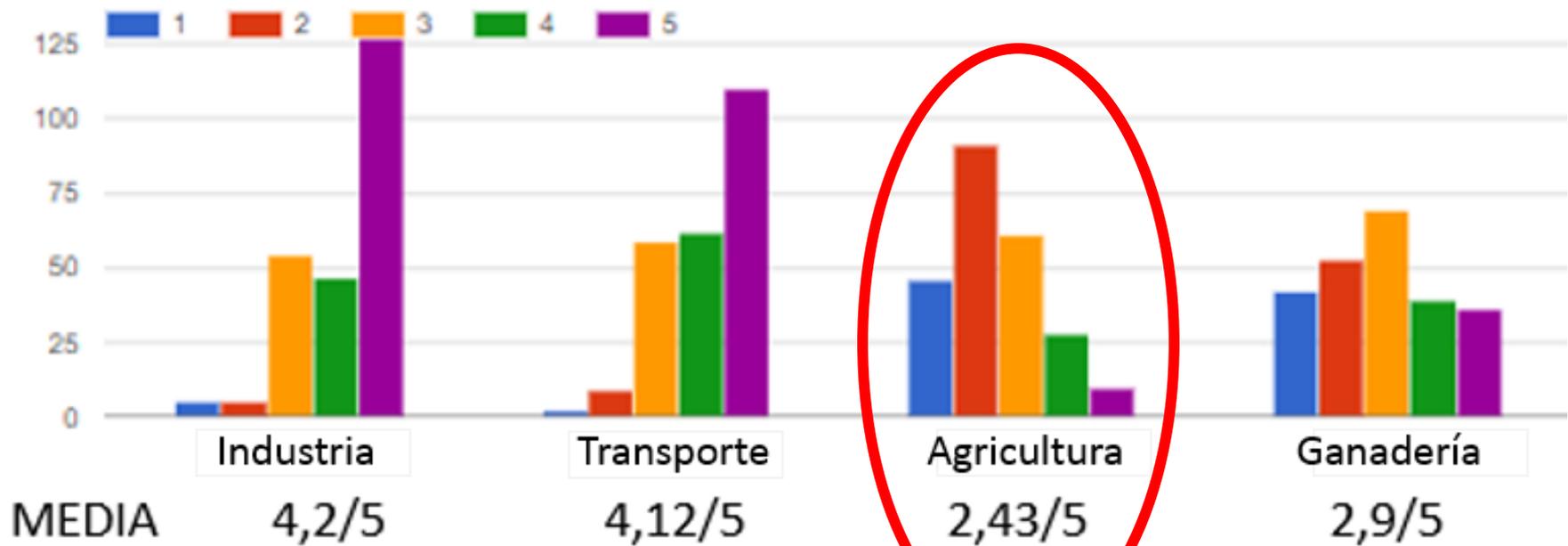


01 Investigación de mercados



Percepción del impacto sobre la sostenibilidad y biodiversidad del sector agroalimentario

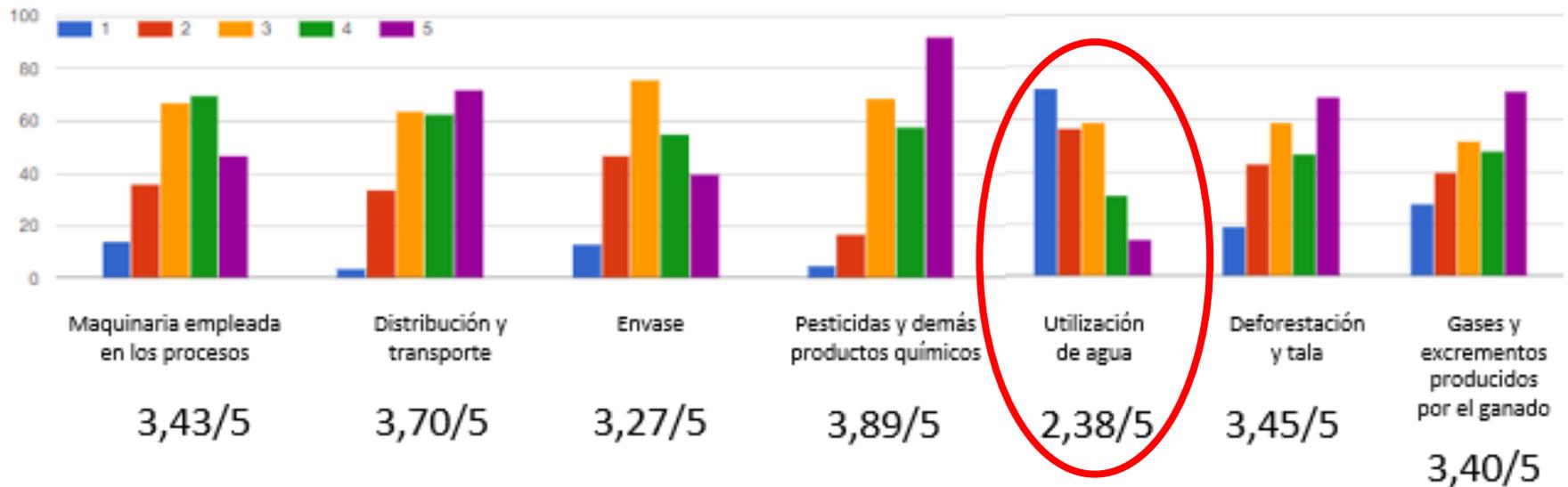
De las siguientes actividades humanas, cuál crees que emite más gases de efecto invernadero. Puntúalas de 1 a 5, siendo 1 muy pocos gases y 5 muchos gases.



Tamaño muestral: 250 millennials encuestados



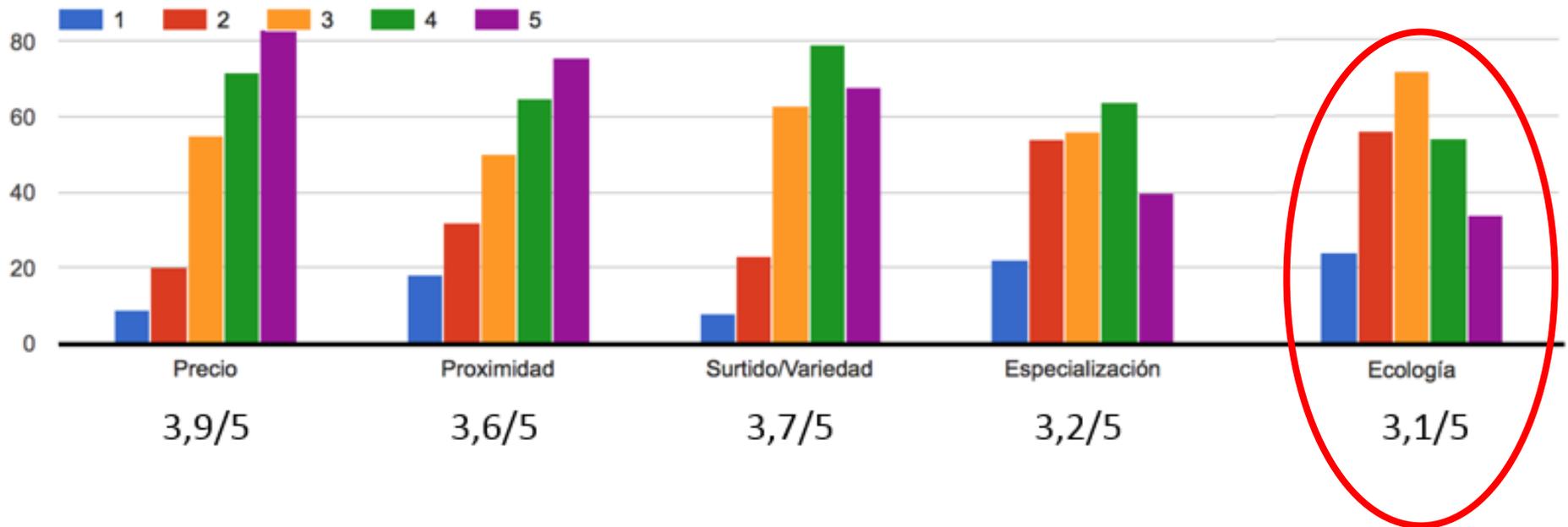
Dentro del sector de la agricultura y la ganadería, qué partes del proceso industrial crees que contribuyen más al efecto invernadero.



Puntúalas siendo 1 poco contaminante y 5 muy contaminante



Valora la importancia de cada uno de los siguientes factores a la hora de elegir una tienda de productos alimenticios.

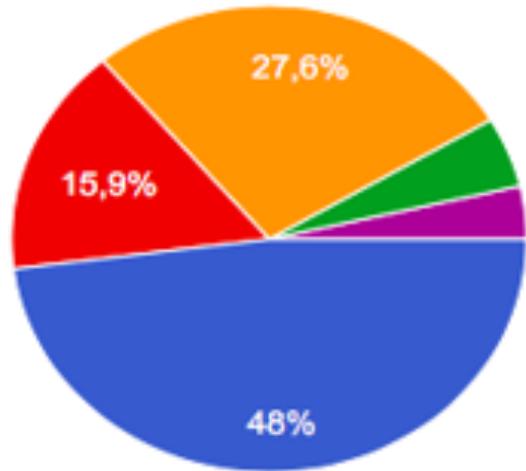


Donde 1 es poco importante y 5 es muy importante.

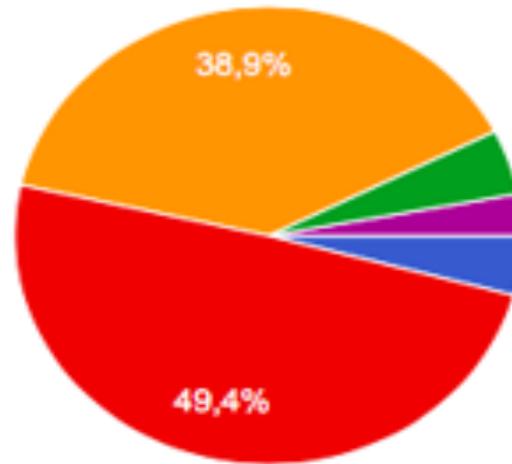


Cuando vas a comprar un producto alimenticio ¿con qué lo asocia si aparece en la etiqueta el término?

BIO



ECO

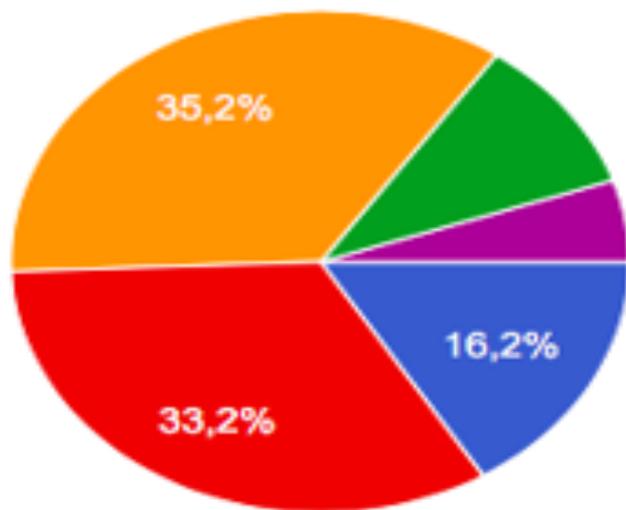


- Bueno para la salud
- Bueno para el medio ambiente
- Bueno para la salud y el medio ambiente
- Ninguna de las anteriores
- No lo sé

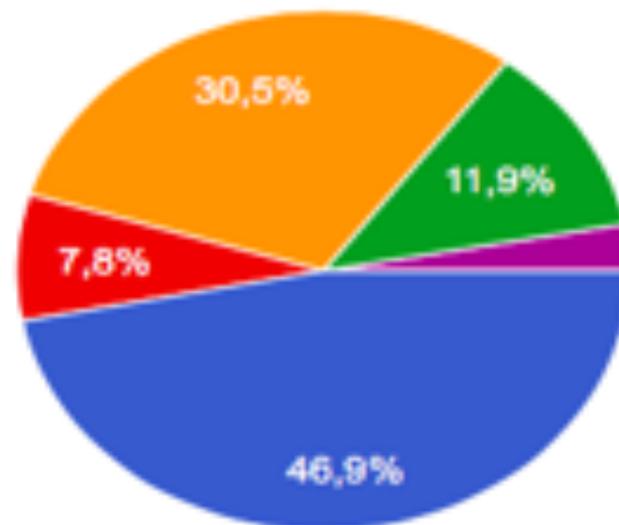


Cuando vas a comprar un producto alimenticio ¿con qué lo asocia si aparece en la etiqueta el término?

ORGÁNICO



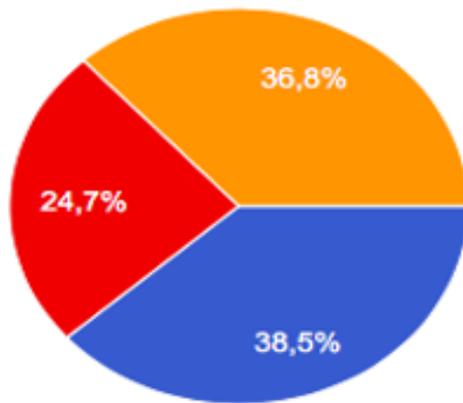
NATURAL



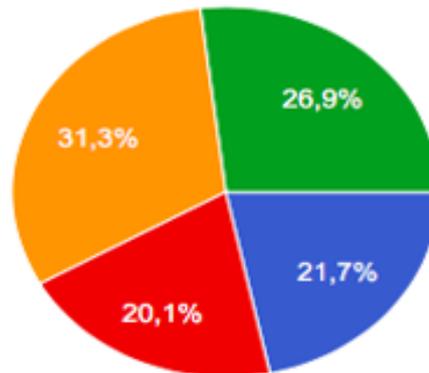
- Bueno para la salud
- Bueno para el medio ambiente
- Bueno para la salud y el medio ambiente
- Ninguna de las anteriores
- No lo sé



¿Conoces algún tipo de sello ecológico agroalimentario?



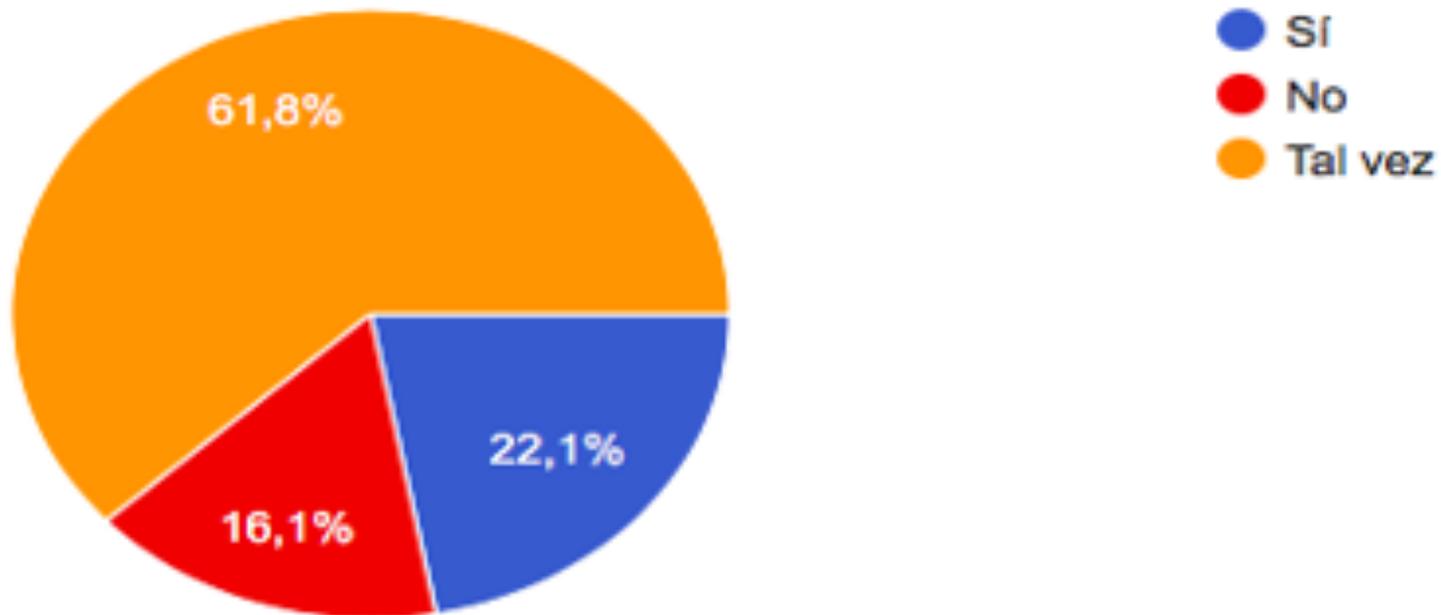
- Sí, pero no se lo que significan.
- Sí, y se lo que significan.
- No, no conozco ninguno.



- No conozco ningún sello
- Sí
- No
- Sólo en algunos productos

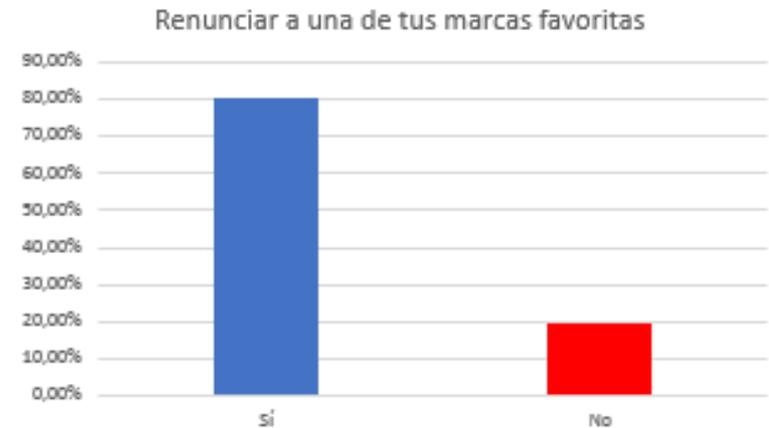


¿Estarías dispuesto a pagar más dinero por un producto que lleve alguno de estos sellos?





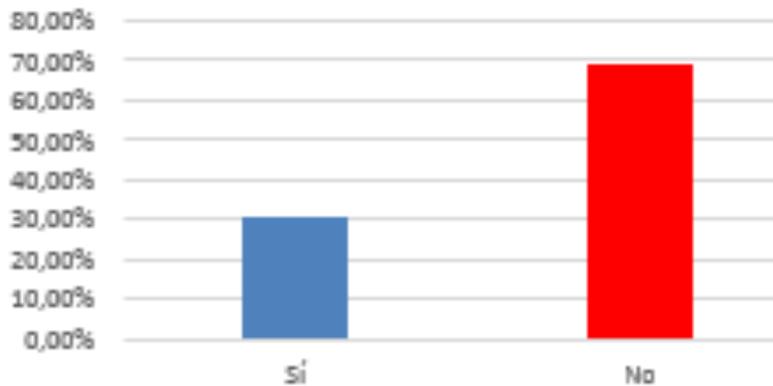
A la hora de comprar productos agroalimentarios que contribuyan a la sostenibilidad y biodiversidad, estaría dispuesto a:



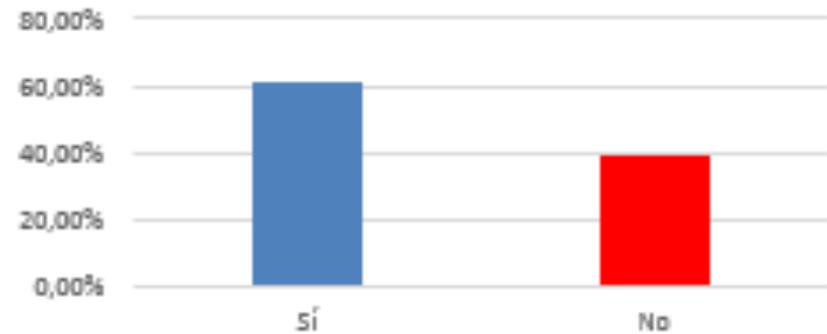


A la hora de comprar productos agroalimentarios que contribuyan a la sostenibilidad y biodiversidad, estaría dispuesto a:

Renunciar a un producto saludable



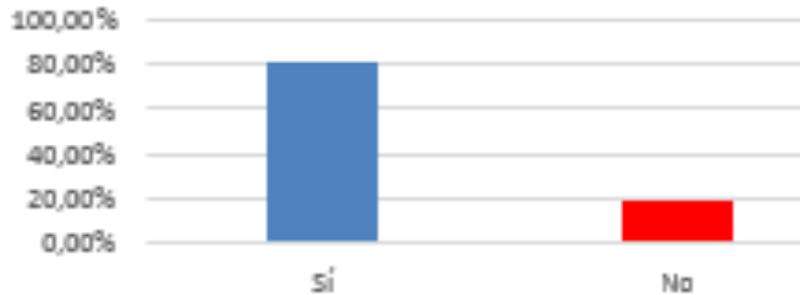
Renunciar a unos de mis productos favoritos



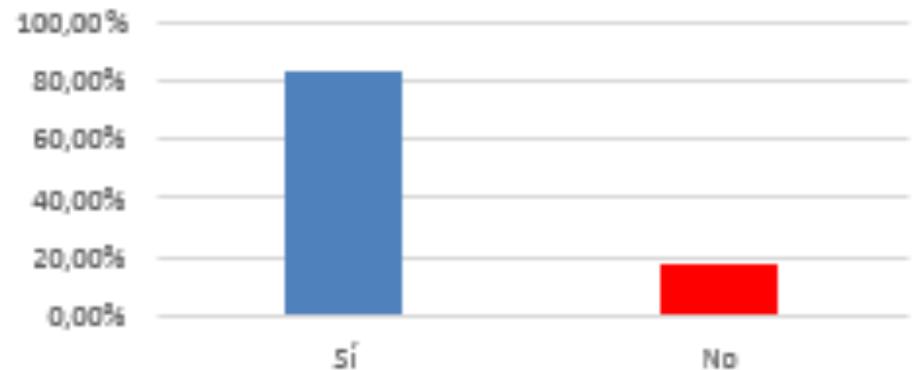


A la hora de comprar productos agroalimentarios que contribuyan a la sostenibilidad y biodiversidad, estaría dispuesto a:

Renunciar a la posibilidad de consumir un producto fuera de temporada



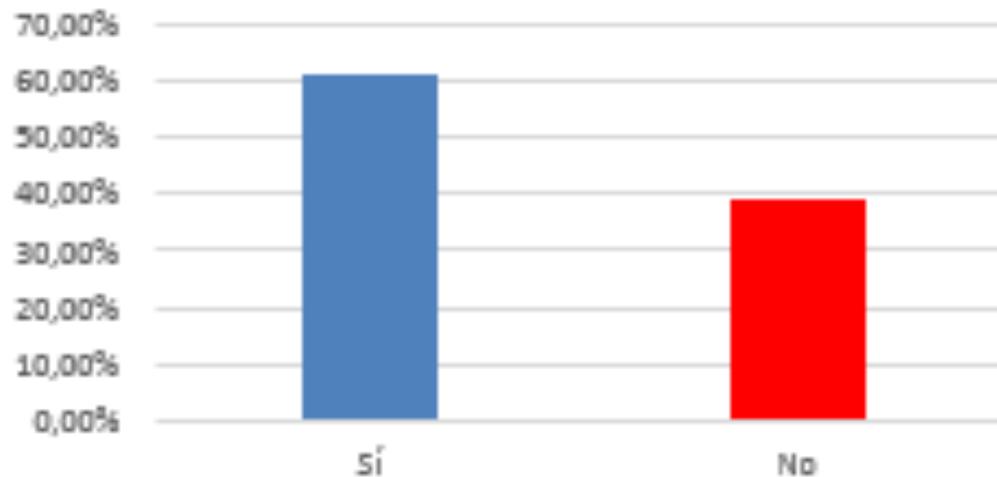
Invertir más tiempo en tu selección de producto





A la hora de comprar productos agroalimentarios que contribuyan a la sostenibilidad y biodiversidad, estaría dispuesto a:

Ir a una tienda que esté más lejos





Conclusiones

- **No existe una percepción** por parte de los consumidores de que la **agricultura y ganadería** supongan **un peligro para la biodiversidad medioambiental**.
- Tanto **a la hora de elegir** establecimiento como productos alimenticios la **preocupación ecológica no es un criterio fundamental** en el proceso de decisión de compra.
- El consumidor **sabe de la existencia de sellos alimenticios** pero hay un **gran desconocimiento sobre su significado**.
- Estos **sellos no influyen** de manera determinante **en su decisión de compra**.
- **La salud es más importante** para el consumidor **que el medio ambiente**.



Recomendaciones:

- El principal problema es que el consumidor **no percibe el daño medioambiental de la industria agroalimentaria.**
- El objetivo de las **acciones debería dirigirse a crear esa percepción.**
- Cualquier **esfuerzo en crear sellos** apropiados será infructuoso sin antes crear una preocupación en el consumidor. **Sería dar la solución a un problema que para el consumidor no existe.**
- Solo después de la percepción del problema debería trabajarse en la creación de un único sello reconocible y con un significado muy claro para el consumidor.
- **La preocupación por la salud es una oportunidad.**
- Debería **vincularse salud con productos sostenibles.**



02

Estrategia de Comunicación



Concepto creativo







Concepto creativo

Representación gráfica





Materialización de la idea





03 Implementación



Acción 1: Experiencia de compra CoolGREEN





Acción 2: Guiar al consumidor. Facilitarle la identificación y compra de productos sostenibles



Queremos que los productos sostenibles salgan del armario.



Por qué



Fuente: www.lfeelmaps.com



Fuente: www.bioferta.com

- Gran confusión
- Falta de interés



¿Cómo?

- Carteles informativos en el acceso al centro
- Apostamos por dos sellos: sostenibilidad





¿Cómo?

- Piezas para la campaña de información en el interior.
- Utilización de la iconografía y estrategia de precios de Carrefour.



FAIRTRADE

Sello Comercio Justo



Sello Ecológico Europeo

Ayuda
3x2
Veces más al planeta

Fuente: Elaboración propia



¿Cómo?

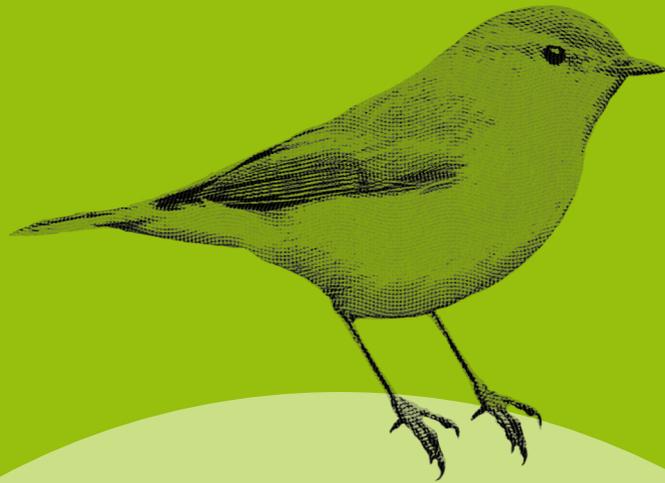




Recomendaciones



- Asociarnos con distribuidores inspiradores y potentes.
- Facilitar al consumidor información y la adquisición de productos sostenibles.
- Asociar la compra de productos sostenibles a la salud, responsabilidad individual pero también a la felicidad.



¡Gracias!

#conama2018