



INFORME

OCTUBRE | 24

Los argentinos y el agua

Investigación para la
Cámara Argentina del Agua
(CAA)

El cuidado del agua: un desafío clave

La gestión del agua ha pasado a ocupar un lugar central en las preocupaciones de los argentinos, no solo por su impacto en el medioambiente, sino también como **un factor clave en la toma de decisiones cotidianas**, desde el lugar donde vivir, el consumo de productos, hasta la elección de un trabajo.

En un país donde en términos generales hay **abundancia de agua**, esta se encuentra desigualmente distribuida y las actividades industriales requieren grandes volúmenes, las empresas están bajo creciente presión para adoptar **prácticas más responsables y transparentes**, no solo para cumplir con las regulaciones vigentes, sino para satisfacer las demandas de una sociedad cada vez más consciente de la importancia del agua.

El futuro de la sostenibilidad hídrica dependerá de un **esfuerzo conjunto entre el sector público, privado y la ciudadanía**, en busca de un equilibrio que permita el desarrollo económico sin comprometer la disponibilidad del agua para las futuras generaciones.

BLOQUE 1



LOS ARGENTINOS Y EL AGUA

**Percepciones y preocupaciones
sobre la disponibilidad y el uso del
agua a nivel nacional.**

LO QUE TENÉS QUE SABER

El agua

Factor clave en las decisiones cotidianas

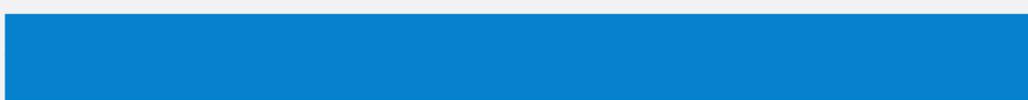
64%

de los argentinos considera el agua un tema relevante al elegir dónde vivir, mientras que influye algo menos en la elección de los alimentos que consumen o decisiones como el transporte o la tecnología (22 y 12% respectivamente).

Influencia del uso responsable del Agua en las decisiones de compra

Cómo la preocupación por el agua afecta las elecciones de productos y marcas

58%



"Definitivamente cambiaría las marcas o productos que consumo por otras que hagan un uso más responsable del agua"

(Opinión que prevalece en mayor medida en las mujeres y las personas mayores de 55 años)

37%



"Tal vez cambiaría las marcas o productos que consumo por otras que hagan un uso más responsable del agua"

6%



"No cambiaría las marcas o productos que consumo por otras que hagan un uso más responsable del agua"

El uso responsable del agua es clave para los consumidores. ¿Estás preparado para adaptarte a esta tendencia?

Escríbinos hoy 

Una tendencia global

El agua como factor decisivo en la elección de productos

65%
de los consumidores a nivel mundial **han dejado de comprar productos basándose en la cantidad de agua que se necesita para fabricarlos***

Se espera que las empresas implementen **acciones tangibles y sostenibles** que demuestren un compromiso real con la protección de este recurso vital.



LO QUE TENÉS QUE SABER

Y si hablamos de empleo

**1 de
cada 2**

argentinos elegiría una empresa que gestiona el agua de manera responsable **si las condiciones salariales fueran iguales.**

Y un **26%** incluso lo haría **aceptando una remuneración menor.**

LO QUE TENÉS QUE SABER



Por otro lado

**7 de
cada 10**

**argentinos desconocen el término
"huella hídrica".**

*Las mujeres y las personas entre 30 a 42 años
presentan los mayores valores de desconocimiento.*

Percepción sobre "huella hídrica"

¿Qué definición consideran correcta?

HUELLA HÍDRICA AZUL



32%

Es la cantidad de agua contaminada después de su uso industrial

HUELLA HÍDRICA GRIS



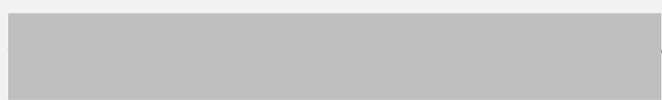
24%

Es la cantidad de agua utilizada para producir bienes y servicios



16%

Es la cantidad de agua desperdiciada por la industria



28%

No sabe

Estas definiciones son uniformes entre generaciones y géneros.



LO QUE TENÉS QUE SABER

**Percepción de un
desbalance regional**

75%

de los encuestados reconoce que **algunas regiones de Argentina enfrentan problemas de escasez de agua**, mientras que sólo el 4% percibe una **abundancia completa**.

¿Qué demandan los argentinos en materia de Agua?

7 de cada 10 considera que debería ser prioridad nacional, antes de contribuir globalmente.

Opinión más marcada en mujeres y personas mayores de 43 años.

Mientras que...

- **21%** reconoce el potencial de autoabastecimiento y la posibilidad de **contribuir a nivel global, pero sólo en el corto plazo**
- **9%** cree que **Argentina ya cuenta con suficiente agua** como para ayudar a otros países que actualmente enfrentan escasez.

BLOQUE 2



LAS EMPRESAS Y SU USO DEL AGUA

Expectativas, consumo y responsabilidades en el uso del agua por parte de las industrias.



LO QUE TENÉS QUE SABER

Impacto ambiental

88%

de los argentinos está muy preocupado por el **impacto del uso del agua por parte de las empresas**. La mitad de ellos siente estar informado respecto de los **procesos industriales** que se realizan.

Esta preocupación es similar por género y levemente superior en los Baby boomers (+55 años).

Desconfianza hacia las empresas en la gestión del agua

No parece haber un rumbo claro

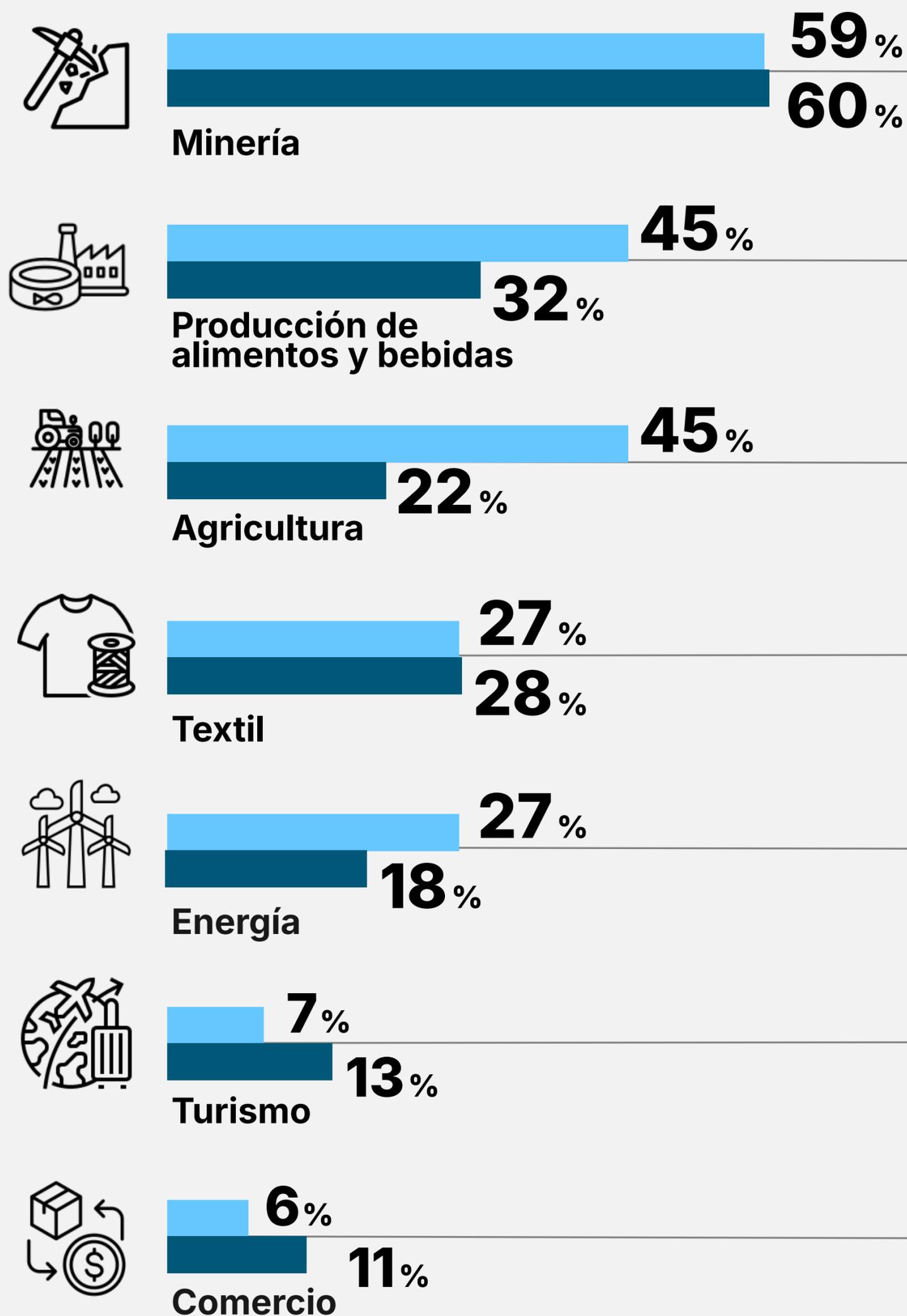
El 76% de los latinoamericanos considera que las empresas no tienen planes efectivos para combatir la crisis del agua, a pesar de sus iniciativas de responsabilidad social y ambiental*

Consumo versus uso

Percepción sobre el uso del agua que hacen las industrias

● Industrias que **utilizan mayor cantidad de agua**

● Industrias que hacen un **uso irresponsable del agua**

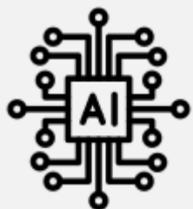


¿Pero qué sucede con el impacto del crecimiento digital?

El sector de las TIC crecerá significativamente, con 29.300 millones de dispositivos conectados en 2030.



Los **centros de datos**, que apoyan este crecimiento alojando servidores, necesitan una cantidad considerable de agua para su refrigeración, que oscila entre **68.000 y 1,7 millones de litros al día**.



Asimismo, aunque la mayor parte de la población no percibe a la **IA** como algo tangible, esta tecnología **demandada cada vez más recursos naturales para su funcionamiento**.

El desafío radica en lograr un equilibrio apropiado entre el **uso eficiente del agua y la demanda de recursos que implica la tecnología**.

LO QUE TENÉS QUE SABER

Consenso sobre sostenibilidad

97%

de los argentinos considera que las empresas **tienen que invertir en prácticas más responsables** en el uso del agua.

*El verdadero desafío no parece estar solo en adoptar nuevas herramientas, sino en propiciar **un cambio cultural dentro de las empresas.***

¿Qué consecuencias trae el uso irresponsable del agua?

71%



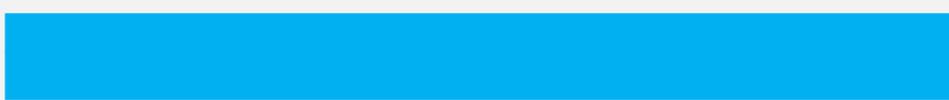
Escasez de agua potable o agua para consumo

68%



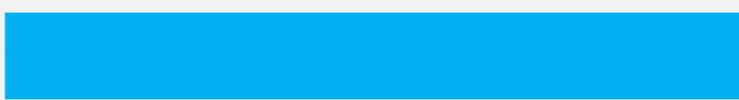
Contaminación del agua en ríos, lagos, napas, acuíferos

62%



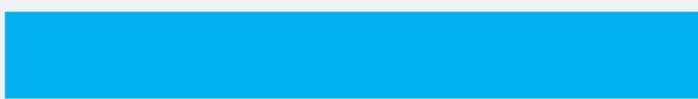
Daño al medioambiente y la biodiversidad

48%



Impacto negativo sobre el cambio climático

44%



Propagación de enfermedades y posibles problemas de salud

El uso responsable del agua es clave para los consumidores. ¿Estás preparado para adaptarte a esta tendencia?

Escríbinos hoy 

Expectativas sobre reducir el uso del agua

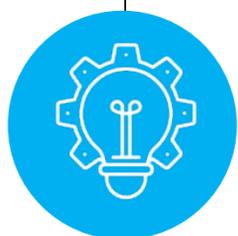
Para **9 de cada 10** argentinos **todas las empresas deberían reducir el uso del agua**, pero sobre todo las que hacen un uso desmedido del recurso.

¿Qué estrategias podrían aplicar?



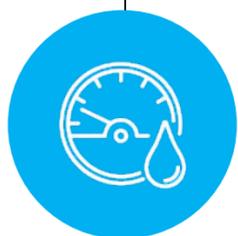
67%

Implementar tecnologías de **reciclaje y/o reuso de agua**



56%

Invertir en investigación y desarrollo para hacer un uso más eficiente del agua



33%

Reducir el uso de agua en sus procesos



28%

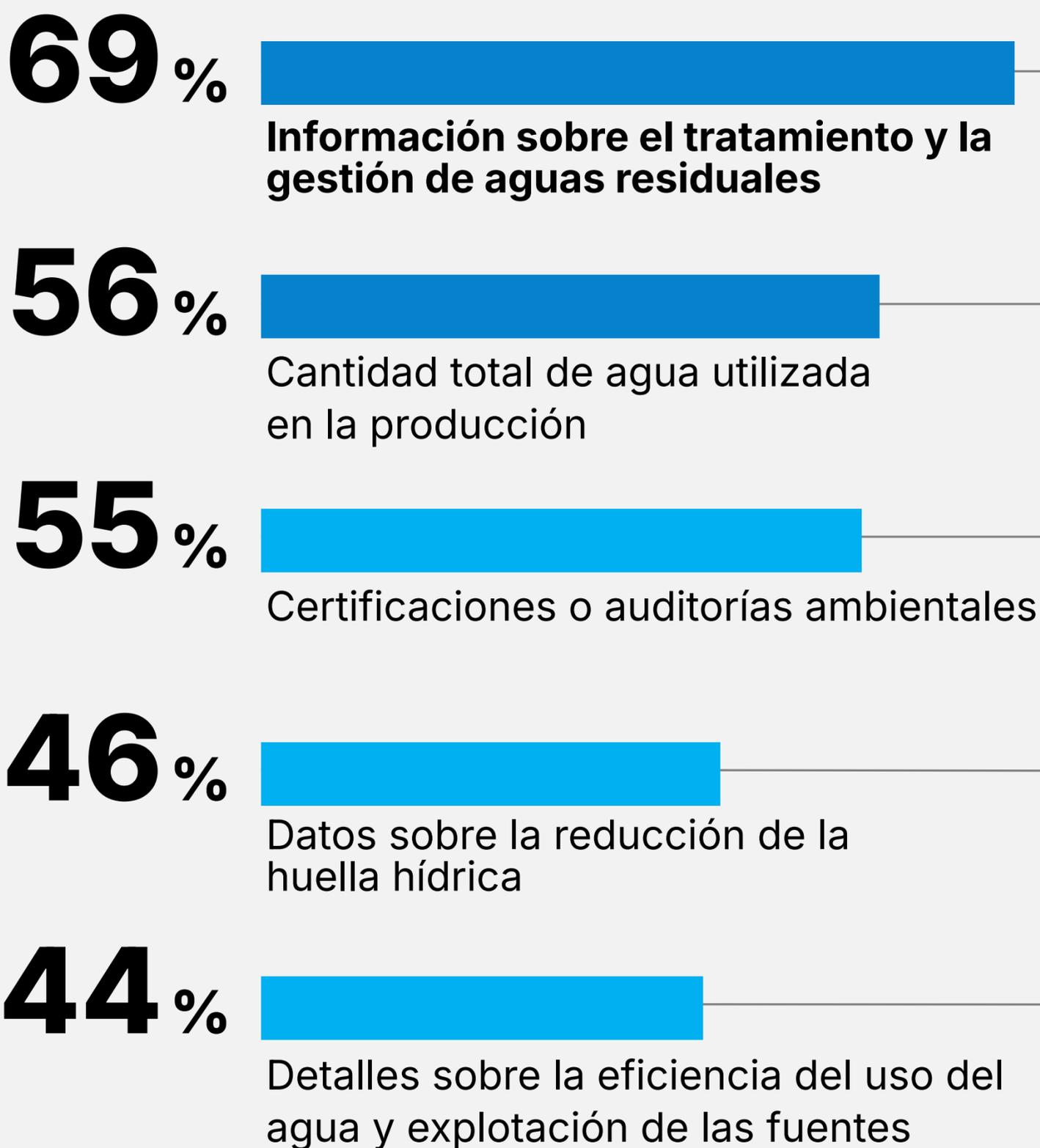
Ser más transparentes sobre su consumo de agua

¿Y qué acciones debería hacer una empresa para hacer un uso responsable del agua?

Pregunta de respuesta abierta, codificada



¿Qué información deberían reportar las empresas?



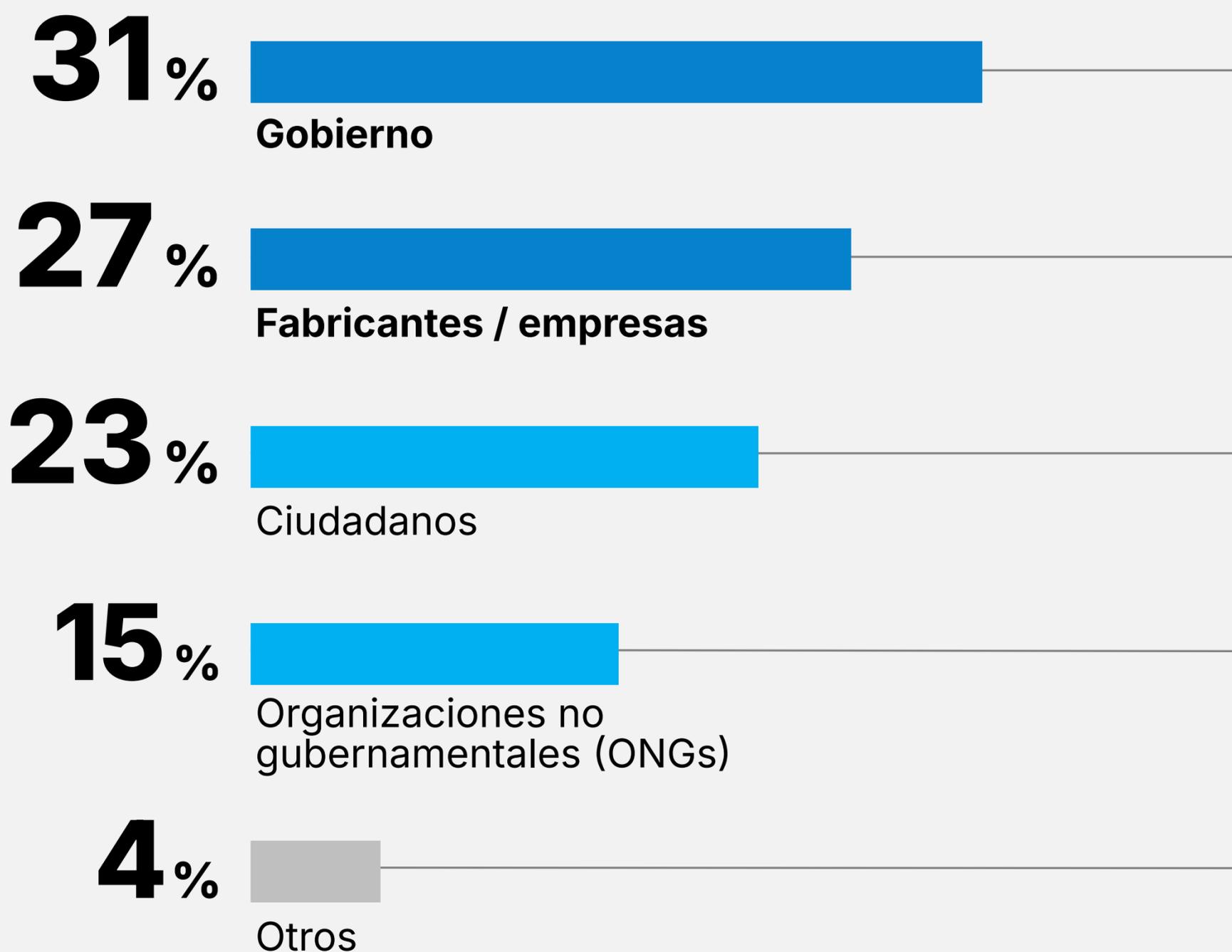
El uso responsable del agua es clave para los consumidores. ¿Estás preparado para adaptarte a esta tendencia?

Escríbinos hoy 

Pero, ¿quién es el principal responsable de asegurar una buena gestión del agua?

Existe un desafío compartido

El estudio anual que realiza **Watermark™ de Ecolab** analiza esa responsabilidad en América Latina:



LO QUE TENÉS QUE SABER



Litio y Vaca Muerta

Si bien mayormente se consideran proyectos clave para el país...

67%

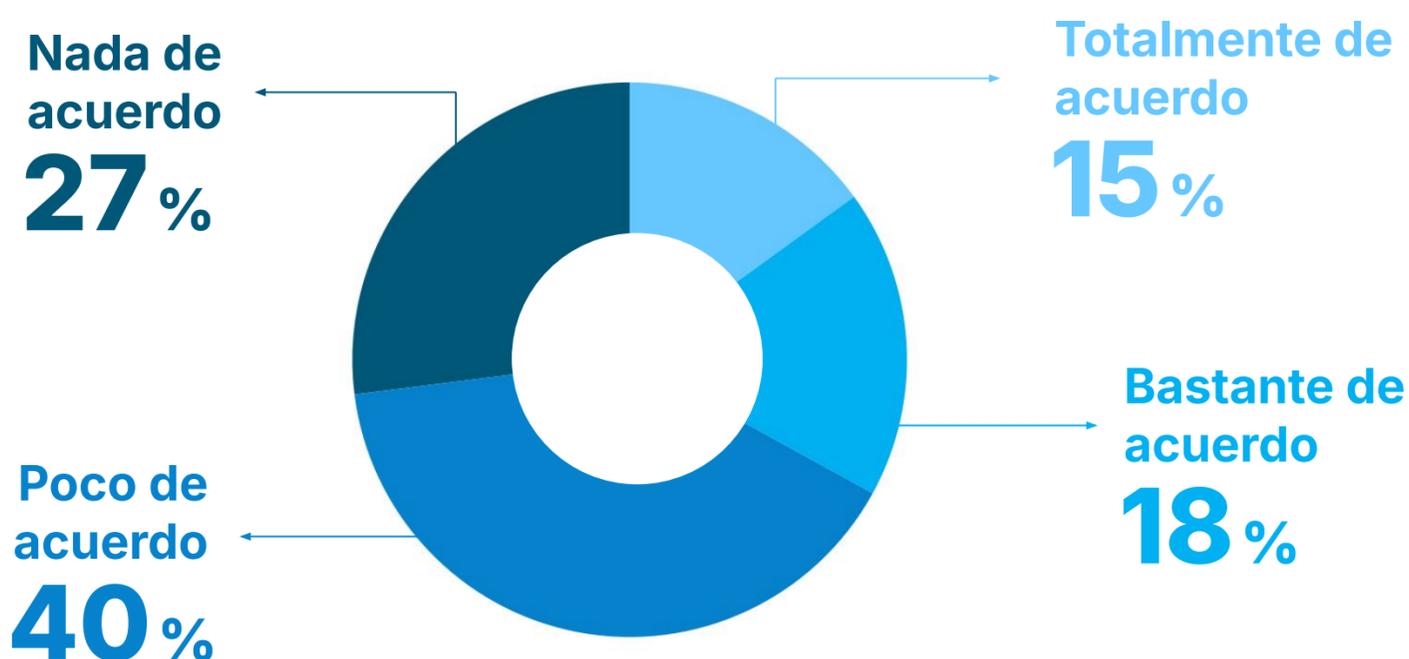
de los argentinos aboga por una **gestión más responsable del agua** por parte de las empresas involucradas.

Esta postura es levemente inferior en AMBA respecto al resto del país.

(Los jóvenes son los que más enfatizan la idea de que no se deberían promover este tipo de proyectos debido a su impacto negativo en el agua)

NIVEL DE ACUERDO

Instalación de empresas extranjeras en Argentina que necesitan agua para sus procesos productivos



¿Quiénes apoyan esta iniciativa?

 Acuerdo
33%

Aunque el apoyo es mayor entre quienes perciben una abundancia de recursos en Argentina o están menos preocupados por el impacto ambiental, también hay un porcentaje significativo que, **pese a considerar que el agua es escasa, apoya estas iniciativas.**

*Los **hombres** respaldan más esta propuesta, aunque la tendencia es similar entre las diferentes **generaciones**.*

Principal desafío para el futuro de la Argentina

¿Cuál será el problema más urgente según los ciudadanos?

41%



La falta de agua *

(especialmente por las generaciones intermedias de 30 a 54 años)

32%



El aumento de la temperatura

21%



La contaminación del aire

6%



Otros

* Aunque en menor medida, también es considerado el principal desafío futuro entre quienes consideran que hoy Argentina **tiene abundancia de agua**, o quienes **apoyan el establecimiento de empresas extranjeras** en el país que necesitan agua para sus procesos productivos.

Base de la investigación

Ficha técnica

Tipo de investigación:

Online

Alcance:

Nacional

Instrumento de recolección de información:

Cuestionario semi estructurado

Sistema:

Los datos ingresan directamente al paquete estadístico SPSS

Población:

Mayores de 18 años con acceso a internet y redes sociales

Error muestral:

(+/-) 2,6%

Tamaño de la muestra:

1443 casos efectivos

Fecha de realización:

23 al 30 de septiembre de 2024

Generaciones:

Gen Z: nacidos entre 1995 y el presente

Gen Y: nacidos entre 1982 y 1994

Gen X: nacidos entre 1965 y 1981

Baby Boomers o más: nacidos en 1964 o antes



www.taquion.com.ar

Tu futuro y el de tu familia dependen del agua.

Accedé a datos que marcan la diferencia.

Trabajemos juntos 



taquion |

**Entendemos
a las personas**