

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL



Prácticas de Consumo Sustentable en alumnos
vespertinos de la Facultad de Ciencias
Empresariales, Universidad del Bío-Bío, sede Chillán.

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE TÉCNICO
UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Ada Jesús Henríquez Toro, Moisés Alejandro Iturra Iturra, Daisy Jeannette Vargas Gallegos

Profesor Guía: Bernardo Vásquez González

2015



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Programas Especiales de Continuidad de Estudios

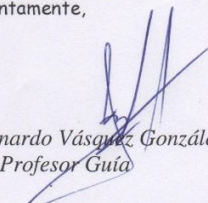
Chillán, enero 15 del 2016.


Informe: Memoria de Título

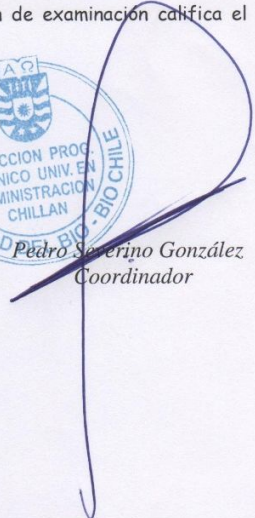
En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Técnico Universitario en Administración, denominada "*Prácticas de Consumo Sustentable en alumnos vespertinos de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío Bío, sede Chillán*" de los alumnos Ada Jesús Henríquez Toro, Moisés Alejandro Iturra Iturra y Daisy Jeannette Vargas Gallegos.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Técnico Universitario en Administración y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6.8 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,


Bernardo Vásquez González
Profesor Guía


Omar Acuña Moraga
Profesor Informante


Pedro Severino González
Coordinador



CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial
- Alumno
- Archivo

AGRADECIMIENTOS

En los momentos culmines de este largo camino, con alegrías, preocupaciones e incertidumbres, pero por sobre todo confianza en alcanzar los sueños proyectados, estamos contentos y satisfechos, por los logros conseguidos, plasmados en este proceso final de formación académica, que es la memoria para optar a nuestro título.

Damos las gracias en primer lugar a Dios, por mantenernos unidos, con salud y fortaleza, a nuestras familias por el incondicional apoyo, comprensión y confianza depositada en cada uno de nosotros en el transcurso de estos tres años, que sin duda fueron el motor fundamental para lograr nuestros proyectos de estudios.

Somos personas adultas que emprendimos un desafío pendiente con nosotros mismos, por lo cual no fue fácil retomar números y letras, pero gracias a Dios y a nuestro esfuerzo y perseverancia quedamos muy satisfechos con los resultados obtenidos y con ganas de seguir avanzando en proyectos académicos, laborales y personales. Gracias profesor Bernardo Vásquez, por su apoyo en la preparación de este nuestro proyecto final.

Gracias Moisés, por tu generosidad de tus conocimientos.

Gracias Daisy, por la gentileza de tus gestiones administrativas.

Gracias Ada, por tu buena voluntad y apoyo.

Hay tres pautas básicas: tomarse en serio las cosas que uno hace, dedicarse en cuerpo y alma a lograr el objetivo que uno se ha impuesto, y convencerse de que lo importante en la vida es terminar lo que se empieza.

(Josef Ajram)

INDICE

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PROBLEMA	9
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.3 OBJETIVO GENERAL	12
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 INTRODUCCIÓN	14
2.2 CONSUMO Y CONSUMIDOR	14
2.3 EL CONCEPTO DE SUSTENTABILIDAD	15
2.4 DEFINICIÓN DE CONSUMO SUSTENTABLE	17
2.5 ENFOQUES DEL CONCEPTO SUSTENTABLE	18
2.6 DIMENSIONES Y PRÁCTICAS DE CONSUMO SUSTENTABLE	20
2.7 INICIATIVAS PARA EL CONSUMO SUSTENTABLE EN CHILE	22
2.7.1 Eco-Etiquetas	25
2.7.2 Estilos de Vida Sustentables y Educación	27
2.7.3 Compras Públicas Sustentables	28
2.7.4 Construcción y Edificios Sustentables	30
2.7.5 Turismo Sustentable, Incluyendo Ecoturismo	31
2.7.6 Producción Limpia, Eco-Eficiencia y Eco-Diseño	32
2.7.7 Consumo y Producción Sustentable de la Leña	33
2.7.8 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	35
2.7.9 Manejo Sustentable de Residuos	36
2.8 INICIATIVA A NIVEL LOCAL	37
2.8.1 Municipalidad de Chillán	37
2.8.2 CHILERECLICA	38
2.8.3 Incentivo de uso de Bolsas de Tela	39
2.8.4 Otras Pequeñas Iniciativas	39
2.9 TEORÍAS SOBRE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	40
2.9.1 Definición del Comportamiento del Consumidor	40

2.9.2 Modelos del Comportamiento del Consumidor	41
2.9.3 Modelos de Evaluación Costo-Beneficio	41
2.9.3.1 Teoría de la Acción Razonada	41
2.9.3.2 Teoría del Comportamiento Planificado	43
2.9.4 Mirada de Psicología Ambiental y el Psico-Evolucionismo	45
CAPÍTULO III: METODOLOGIA	
3.1 TIPO DE ESTUDIO	48
3.2 MÉTODO	48
3.3 SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN	49
3.4 FUENTES DE DATOS	49
3.4.1 Fuentes de Datos Primarios	49
3.4.2 Fuente de Datos Secundarias	50
3.5 RECOLECCIÓN DE DATOS	50
3.6 DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO	50
3.7 MÉTODOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	51
3.8 TABULACIÓN	51
3.9 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	52
3.10 TIPO DE ANÁLISIS	50
3.10.1 Análisis Específicos	52
3.10.2 Análisis General	52
3.11 ANÁLISIS ESPECÍFICO	53
3.11.1 En Base a la Definición de Consumo Sustentable	53
3.12 ANÁLISIS GENERAL	56
3.12.1 Análisis Relación Costo V/S Beneficio	56
3.12.2 Lectura Y Comprensión de la Rotulación	56
3.12.3 Análisis Sobre el uso Sustentable del Automóvil	86
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1 ANÁLISIS VARIABLES GENERALES	58
4.2 METODO DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	61
4.2.1 Detalle de construcción de Tablas y Gráficos	62
4.2.2 Resumen de Variables Analizadas	63

4.3 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR SUSTENTABLE	64
4.3.1 Estilo de Compra Reflexivo	64
4.3.1.1 Diferencias por Género	65
4.3.1.2 Diferencias por Rango de Edad	65
4.3.1.3 Diferencias por Nivel de Ingresos	66
4.3.2 Compra Consciente	67
4.3.2.1 Diferencias por Género	69
4.3.2.2 Diferencias por Rango de Edad	70
4.3.2.3 Diferencias por Nivel de Ingresos	70
4.3.3 Estilo de Vida Ahorrativo	71
4.3.3.1 Diferencias por Género	72
4.3.3.2 Diferencias por Rango de Edad	73
4.3.3.3 Diferencias por Nivel de Ingresos	73
4.3.4 Estilo de Vida Sustentable	75
4.3.4.1 Diferencias por Género	76
4.3.4.2 Diferencias por Rango de Edad	76
4.3.4.3 Diferencias por Nivel de Ingresos	77
4.4 ANÁLISIS GENERAL	78
4.4.1 Relación Costo v/s Beneficio	78
4.4.2 Uso del Vehículo	79
4.4.3 Lectura y Comprensión de la Rotulación	80
4.5 CONSUMIDOR SUSTENTABLE	81
4.5.1 Diferencias por Género	82
4.5.2 Diferencias por Rango de Edad	83
4.5.3 Diferencias por Nivel de Ingresos	83
4.6 CONCLUSIÓN GENERAL DE LOS RESULTADOS	84
CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES	
5.1 RECOMENDACIONES PARA INICIAR UN ESTILO DE VIDA SUSTENTABLE	87
5.1.1 Para el Consumidor	87

5.1.2 Para la Empresa	89
5.1.3 Para el Estado	90
5.2 UN MODELO SOSTENIBLE: LA ECONOMIA CIRCULAR	91
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	
CONCLUSIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	97
ANEXOS	
I. ENCUESTA DE CONSUMO SUSTENTABLE	102
II. NORMAS, ESTÁNDARES Y AUTORREGULACIÓN NACIONAL	106
III. ECOETIQUETADO	122
IV. SUSTENTABILIDAD EN LA UNIVERSIDAD DEL BIO-BIO	128
V. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	132
VII. ALGUNAS NOTICIAS DESTACADAS	137

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 PROBLEMA

El consumo se basa en las decisiones que toma el individuo, en el contexto de la comunidad en la que vive, como de la sociedad global. Los esquemas del consumo dependen de lo que está disponible, es decir, los recursos que se pueden procurar un individuo o un grupo de personas. Depende también de lo que se ahorra para el futuro, el traslado de la satisfacción inmediata de ciertas necesidades con vistas a una mayor satisfacción posterior en favor de las generaciones actuales y futuras. Durante los últimos 30 años Chile ha vivido una serie de cambios en su política económica que han desencadenado una diversidad de transformaciones en la forma de vida de las personas. Uno de los principales cambios asociados a estas transformaciones, fue la expansión del consumo. En pocas décadas pasamos de ser una sociedad de relativa escases, a una sociedad en donde al acceso a bienes y servicios se había masificado a gran parte de la población. (Aglon & Ariztía, 2012)

En los últimos cinco años, el Estado y principalmente, la ciudadanía, de la mano de las redes sociales, ha incentivado la aparición de un nuevo tipo de consumo que cada día toma mayor relevancia en Chile: Consumo Sustentable.

Pero, ¿Qué es el consumo sustentable? El consumo sustentable está relacionado con nuestro estilo de vida, que incluye nuestras decisiones de compra (del individuo, Empresa y Estado) y nuestros hábitos de usar y desechar productos y servicios. Según la definición de Naciones Unidas, el “Consumo Sustentable es el uso de productos y servicios que responden a necesidades básicas y que conllevan a una mejor calidad de vida y que además minimizan el uso de recursos naturales, materias tóxicas, emisiones de desechos y contaminantes durante todo su ciclo de vida y que no comprometen las necesidades de las futuras generaciones.” (Naciones Unidas, 2011)

Pese a que la idea de un desarrollo sustentable no es compleja, tanto su puesta en marcha como el diseño de sistemas adecuados para medir su evolución presentan dificultades prácticas que aún no se han podido resolver. La inadecuada comprensión de estos términos (debido en gran parte a su novedad) genera una serie de problemas que se agravan, por una incorrecta difusión de los conceptos en los distintos públicos y un mal manejo de indicadores, provocando una falta de valorización por parte de la población del concepto de sustentabilidad y todo lo que ello involucra.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En este contexto, el desarrollo de productos más sustentables, ha tenido un gran aumento a nivel mundial durante los últimos años (Woischnik, 2014). Las empresas han incrementado sus esfuerzos en la mejora de aspectos ambientales de productos y servicios con el fin de estar a la par, con las demandas ciudadanas de protección y cuidado con el medio ambiente. (Fundación Chile, 2014)

A nivel local se crea una iniciativa en busca de un encadenamiento productivo integrado de alimentos saludables y sustentables, el “Movimiento nacional por el desarrollo sustentable” (Diario la Discusión, miércoles 6 de enero del 2016) que tiene como objetivo promover la racionalización, desarrollo y protección de la actividad común de sus asociados, que incluye la producción, comercialización, distribución y consumo de productos, servicios, alimentos saludables y sustentables en lo social, económico y ambiental, y además, apoyar propuestas como decretar a la comuna de San Nicolás, zona libre de transgénicos o el de promover la producción de productos agropecuarios orgánicos en la provincia de Ñuble, esta iniciativa nace con la idea de ser un referente local, pero con la intención de convertirse en una entidad nacional.

Este nuevo enfoque de producción, se ha asociado también a nuevas oportunidades relacionadas con reducciones de costos, mejora en los procesos productivos, ventajas competitivas, entre otros. Pero, ¿Cuánto influyen los atributos ambientales de productos y servicios en el proceso de compra?, ¿Hasta cuanto estamos dispuestos a

pagar?, desde ese punto de vista es clave analizar la valorización que tienen las personas respecto al Consumo Sustentable y cómo estas pueden influir en sus decisiones de compra y vida cotidiana.

Lo que busca el Consumo Sustentable, es que las personas basen su decisión de consumo, en el uso, compra y disposición de productos en un deseo de minimizar o eliminar cualquier efecto adverso al medio ambiente y maximizar el impacto social de largo plazo, que se puede lograr a través del comportamiento y el poder de compra. (Mohr, 2001)

1.3 OBJETIVO GENERAL

Analizar las prácticas de Consumo Sustentable, entre los alumnos y alumnas de las carreras vespertinas, Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las principales propuestas existentes sobre Consumo Sustentable y medioambiental en Chile.
- Identificar las principales prácticas medioambientales por parte de los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío.
- Determinar qué factores influyen en el proceso de decisiones de compra sustentable de los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío.
- Estimar cual es la influencia que tiene el Consumo Sustentable, en los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío, como variable, en la decisión de compra.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 INTRODUCCIÓN

Para abordar el estudio del concepto de Consumo Sustentable, se propone realizar un análisis de los principales conceptos referidos al consumo y proceso de decisión de compra, con la finalidad de identificar diferentes enfoques en la conceptualización de este fenómeno, de forma que, esto permita facilitar el tratamiento del proceso de formación que se expone en el siguiente apartado.

2.2 CONSUMO Y CONSUMIDOR

El consumo es claramente una parte importante de la dinámica de cada mercado, entendiendo por consumo, el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos o servicios. (Canclini, 2010)

El consumo es el último eslabón del proceso productivo, entre la producción y el consumo hay varios pasos: identificar la materia prima, adquirirla o extraerla, transformarla, envasarla, transportarla, comercializarla y, finalmente, venderla al consumidor final, definiendo éste como la persona que satisface sus necesidades a partir de una actividad económica, siendo el sujeto final del ciclo de producción, este proceso es tanto de transformación como de destrucción.

Por lo tanto, se puede entender entonces al consumidor como la persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades mediante la compra y/o uso de los bienes y servicios generados en el proceso productivo.

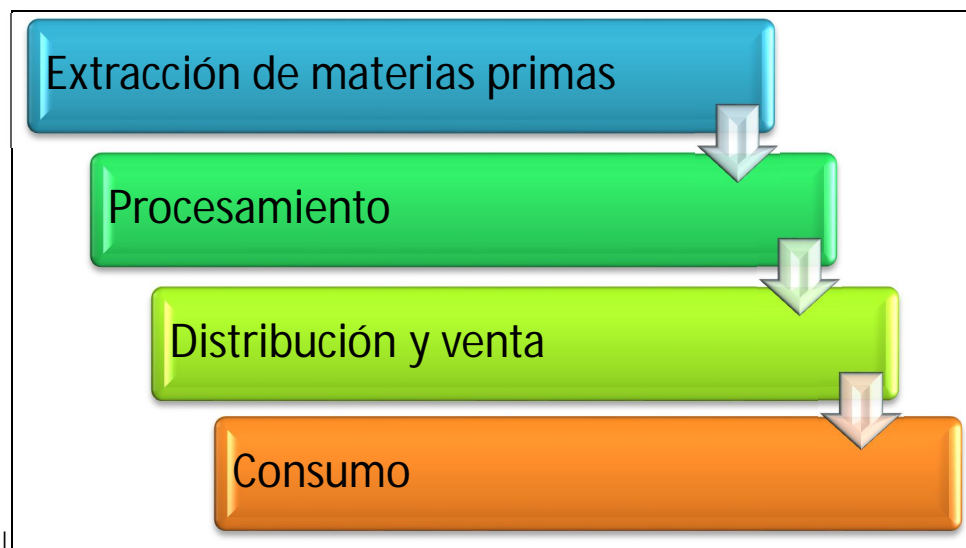


Figura Nº1: Adaptación propia Proceso Productivo

2.3 EL CONCEPTO DE SUSTENTABILIDAD

El concepto de sustentabilidad, comienza a ganar la atención de la comunidad internacional luego de la Declaración de Estocolmo, aprobada durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano de 1972, mismo año en que el Club de Roma publica además su reporte “Los límites del crecimiento”, en donde se cuestiona también el modelo tradicional de crecimiento económico y la repercusión del mismo sobre los recursos naturales. Posteriormente, el año 1987, la Comisión Mundial Para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU da a conocer el Informe Brundtland (también conocido como “Our Common Future”), en donde se plasma el concepto de desarrollo sustentable (o desarrollo sostenible), definiéndolo como "aquel que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

El concepto de sustentabilidad planteado en la Declaración de Río de 1992, incluyó tres objetivos básicos a cumplir:

- **Ecológicos:** Que representan el estado natural (físico) de los ecosistemas, los que no deben ser degradados sino mantener sus características principales, las cuales son esenciales para su supervivencia a largo plazo.
- **Económicos:** Debe promoverse una economía productiva auxiliada por el know-how de la infraestructura moderna, la que debe proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de los recursos.
- **Sociales:** Los beneficios y costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos, etc.

De esta manera aparece el concepto de sustentabilidad, como un camino que busca conjugar tres elementos, a saber: el desempeño económico, el desempeño del medio ambiente y el desempeño social.



Figura N°2: Adaptación del esquema de los tres pilares del desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 2005)

2.4 DEFINICIÓN DE CONSUMO SUSTENTABLE

Entenderemos como Consumo Sustentable el uso de bienes y servicios que responden a necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones de desperdicios y contaminantes durante todo el ciclo de vida, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones. (Comisión para el Desarrollo Sustentable (CSD III) 1995). Para nuestro País, el Consumo Sustentable alude a las responsabilidades del Gobierno y de los proveedores y requiere por parte de los consumidores que desarrollen acciones concretas que impliquen un cambio en sus hábitos como consumidores, en sus decisiones cotidianas de consumo. (SERNAC, 2011)

Este es un concepto relativamente nuevo, que según Michigan Ronald Inglehart (2001), es consecuencia, que en las sociedades occidentales se ha producido un desplazamiento de las prioridades valorativas desde un énfasis en el bienestar y la seguridad personal, hacia la preocupación por la calidad de vida, la satisfacción de las necesidades sociales y la autorrealización. Esto debido que estas sociedades han alcanzado un cierto nivel de desarrollo económico y tecnológico que ha permitido la satisfacción de sus necesidades básicas a gran parte de la población, por lo tanto las prioridades comienzan a desplazarse hacia necesidades más cualitativas como las libertades cívicas, el cuidado del medio ambiente y los problemas sociales. (Inglehart, 2001)

2.5 ENFOQUES DEL CONCEPTO SUSTENTABLE

Ahora bien, el concepto de Consumo Sustentable, es en sí, bastante amplio, debido a su naturaleza valórica es difícil definir de forma concreta, lo que ha permitido la aparición de nuevos enfoques, dentro de los cuales se encuentra:

1.- El Consumo Ético: Definido como la elección de productos y servicios no sólo en base a su calidad y su precio, sino también por su impacto ambiental, social y por la conducta de las empresas que la elaboran, también implica consumir menos, solo lo necesario. (Soul Marketing, Gerard Costa Guix & Mónica Casabayó Bonas, 2014)

2.- El Consumo Ecológico: Aquel que conscientemente guía sus acciones de consumo por criterios ecológicos, los que supone trasladar su preocupación medioambiental a sus compras (adquiriendo productos que tengan menor impacto negativo al medio ambiente) y a los actos posteriores a la misma. (Consumo /uso y eliminación segura del producto)(José M^a Cubillo Pinilla & Alicia Blanco, Febrero 2014)

3.- El Consumo Social o Solidario: Incluyen las condiciones laborales y de salud en que se ha elaborado un determinado producto. (Enrique Ortiz de Mendivil, 2013) educación ambiental para la sostenibilidad, es decir, el consumo en lo que se refiere a las relaciones sociales y condiciones laborales en las que se ha elaborado un producto o producido un servicio. Se trata de pagar lo justo por el trabajo realizado, tanto a los empleados de otros países como a los del propio.

4.- El Consumidor Responsable: La acción de evaluar los impactos que las decisiones de uso y compra de bienes generan en otras personas y en el medio ambiente, no solo en uno mismo. (Fundación Ciudadano Responsable) es aquel individuo que realiza acciones de consumo con especial consideración por las repercusiones que tienen sus decisiones de consumo en el ámbito social y medioambiental.

En este sentido encontraremos diversos tipos de consumidores dentro de los consumidores sustentables, algunos de ellos son más complejos, otros más sencillos, algunos enfatizan un ámbito del consumo, mientras que otros se focalizan en otro. Todas ellas, sin embargo, intentan destacar el efecto que tiene la compra y el uso de los bienes que compramos más allá del ámbito personal. Se trata de reconocer la dimensión política del consumo. Dicho de otro modo: considerar las consecuencias que pueden tener las acciones de consumo de los individuos tanto social como medioambiental.

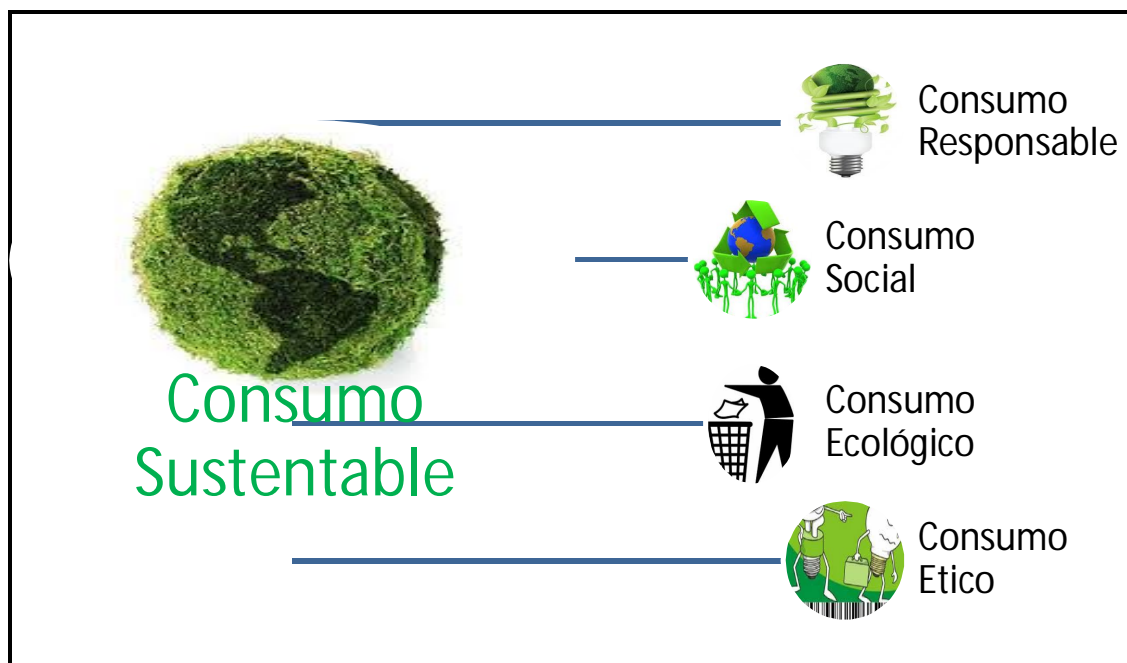


Figura N°3: Elaboración propia, Enfoques de Consumo

2.6 DIMENSIONES Y PRACTICAS DE CONSUMO SUSTENTABLE

Hasta el momento hemos descrito los aspectos generales del consumo sustentable, en esta sección describiremos a que se refiere las prácticas sustentable y cuáles son sus principales dimensiones.

Las prácticas sustentables, son acciones o iniciativas con repercusiones tangibles y medibles en cuanto a la mejora de la calidad de vida de las personas y del medio ambiente, de una forma sostenible y duradera, para lo cual debe ser asumida, entendida, previa a su aplicación.(Hernández Aja,2001)

A partir del análisis del Estudio de Consumo Ético en Chile, 2012, desarrollado por la Universidad Diego Portales, reconocemos cuatro dimensiones:

- a) **La Compra Consciente:** abarca aquellas prácticas de compra que privilegian bienes o empresas cuyos productos cuentan con atributos sociales y/o ambientales, y la práctica de comentar información en torno a las propiedades y características de las empresas que comercializan estos productos.

- b) **El Estilo de Vida Ahorrativo:** una segunda práctica tiene que ver con el ahorro energético (en especial no renovables) y de recursos (materia prima).

- c) **El Estilo de Compra Reflexiva:** engloba aquellas prácticas que involucran reflexionar sobre la compra (lo contrario a la compra compulsiva).

- d) **El Estilo de Vida Sustentable:** tiene que ver con aquellas prácticas que no están vinculadas a la compra, sino a la mantención de un estilo de vida sustentable.



Figura Nº4: Adaptación de Tipología de Consumo (Estudio Consumo Ético en Chile, 2012)

2.7 INICIATIVAS PARA EL CONSUMO SUSTENTABLE EN CHILE

Para analizar las distintas iniciativas que se están llevando a cabo en Chile, analizaremos el enfoque utilizado por la Organización Reciclaje Verde de España (<https://reciclajeverde.wordpress.com>), en la cual establecen los ámbitos que se debiera considerar, para lograr un consumo sustentable:

- **Hábitos y Costumbres:** Apunta a la familia, con el fin de establecer hábitos de consumo sustentable, de forma de formar una cultura de análisis y elección de productos o servicios de manera inteligente.
- **Educación:** Aborda el trabajo que debieran hacer las Instituciones Educativas, las cuales deben incluir el concepto de sustentabilidad basado en conocimientos científicos y éticos, que muestre las ventajas del consumo sustentable, fomentando el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente.
- **Normatividad y difusión Gubernamental:** Considera la implementación de normativas por parte del gobierno que permitan generar un marco regulatorio y a su vez incentivos, para que las Empresas puedan modificar sus procesos productivos. Otro elemento importante es la difusión de la importancia del consumo sustentable, la cual debe ser maximizada, buscando buscar nuevas formas de integrar el tema para llegar a más usuarios, como por ejemplo en programas o series televisivas, programas de concursos, en medios impresos, internet.
- **Producción Ecoeficiente:** Las empresas e industrias deben proporcionar bienes y servicios de manera ecoeficiente, tomando en cuenta el análisis del ciclo de vida del producto como elemento base para la introducción de un nuevo producto al mercado, lo que ayudará a que los consumidores lo adquieran con la seguridad de ser un producto sustentable.

- **Infraestructura:** Se debe incentivar el crecimiento de la infraestructura sustentable (ejemplo: Paneles Solares), por otro lado, la Empresas deben disponer de infraestructura destinada a la separación, intercambio de residuos como insumos entre empresas (simbiosis industrial), manejo, reciclaje y confinamiento de residuos, esta labor debe estar apoyada fuertemente por el Gobierno, de forma de incentivar las inversiones necesarias para la creación de esta infraestructura que no solo ayudará a minimizar los impactos del consumo, sino que también ayudará a generar nuevos empleos y a reducir los impactos del consumo excesivo de energía, agua, materias primas y generación de residuos entre otros durante todo el ciclo de vida del producto.



Figura N° 5: Ámbitos de acción del Consumo Sustentable (<https://reciclajeverde.files.wordpress.com>)

Ahora, tomando en cuenta los ámbitos de acciones del Consumo Sustentable, analizaremos algunas iniciativas por parte del Gobierno, tomando en cuenta, que Chile ha iniciado en los últimos años un proceso hacia un crecimiento verde, incorporando

acciones que generan incentivos para lograr cambios en los patrones de consumo y producción en el contexto del desarrollo sustentable, enfocados en lograr un cambio de paradigma hacia un modelo de consumo y producción que fomente el desarrollo económico y social en el marco de los límites de nuestros sistemas ecológicos y que reduzca las externalidades negativas de nuestros hábitos y nuestras decisiones económicas es corresponsabilidad de todos los actores de nuestra sociedad.

A continuación se presenta una tabla resumen de las principales líneas de acción que se están desarrollando en Chile, al respecto, el ámbito de acción “NORMATIVIDAD Y DIFUSIÓN GUBERNAMENTAL”, no sólo es parte de un ámbito, sino que está presente en forma transversal en cada uno, como eje articular, de cada una de las acciones.

	Ámbitos de Acción	Líneas de Acción
Normatividad y Difusión Gubernamental	Hábitos Y Costumbres	<ul style="list-style-type: none"> • Estilos de Vida Sustentables y Educación
	Educación	<ul style="list-style-type: none"> • Estilos de Vida Sustentables y Educación
	Normatividad y Difusión Gubernamental	<ul style="list-style-type: none"> • Eco-Etiquetas • Compras Públicas Sustentables
	Producción Ecoeficiente	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Sustentable, Incluyendo Ecoturismo • Producción Limpia, Eco-Eficiencia y Eco-Diseño • Consumo y Producción Sustentable de Leña • Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción y Edificios Sustentables

		<ul style="list-style-type: none"> • Producción Limpia, Eco-Eficiencia y Eco-Diseño • Manejo Sustentable De Residuos
--	--	--

Tabla N°1. Principales Líneas de Acción hacia el Consumo Sustentable

2.7.1 Eco-Etiquetas:

Históricamente, la manera de diferenciar estos bienes ante los consumidores ha sido a través de los Ecoetiquetados, los que conceptualmente nacen como un instrumento para la gestión y comunicación de aspectos ambientales de un producto (Conesa 1997), donde se busca dar identidad y destacar a los bienes que son producidos respetando y cuidando al medioambiente. Pero esta comunicación no sólo se compone de la Ecoetiqueta en si, además, ésta debe estar acompañada de la definición de indicadores y estrategias de comunicación que incentiven las decisiones de compra de los consumidores, en la búsqueda por cambiar patrones de comportamiento y hábitos de consumo.

	Ecoetiquetas Certificadas (Tipo I)	Autodeclaraciones Ambientales (Tipo II)	Declaraciones Ambientales de Producto (Tipo III)
Objetivo	Indicar mejor comportamiento ambiental en una categoría de producto	Comunicar aspectos ambientales concretos	Presentar información normalizada sobre el ciclo de vida.
¿Se requiere ACV?	No	No	Si
¿Necesita ser verificada por terceros?	Si	No se requiere, pero aumenta la credibilidad	No se requiere, pero aumenta la credibilidad
Norma	ISO 14024	ISO 14021	ISO 14025/ISO 21930
Comunicación para el consumidor final	Buena	Buena	No
Utilidad en Compra verde	Buena	Regular	Buena

Tabla N°2. Eco etiquetas según el comité ISO.

En Chile existen algunos sellos o esquemas de certificación en el ámbito ambiental y social, algunos de los cuales son obligatorios y otros son esquemas de certificación

voluntarios nacionales e internacionales. Los obligatorios están principalmente enfocados en la eficiencia energética de los productos.

De acuerdo a lo anterior, existe un “Plan de Acción de Eficiencia Energética 2012-2020”, elaborado por el Ministerio de Energía, mediante el cual se pretenden incorporar elementos de eficiencia energética a los distintos sectores productivos, como se indica a continuación:

- Desde el 2 de febrero del año 2013, todos los vehículos nuevos que están a la venta, cuentan con una nueva etiqueta de Eficiencia Energética, que entrega información sobre su consumo energético y emisiones, otorgando así a las personas la posibilidad de tomar una decisión informada al momento de comprar. Adicionalmente, a través del sitio web www.consumovehicular.cl, el consumidor puede comparar el rendimiento y las emisiones de todos los modelos de vehículos livianos de pasajeros comercializados en el país. (Ministerio de Energía, s.f.)
- A partir de abril del año 2007, Se implementó el etiquetado de eficiencia energética obligatorio para lámparas incandescentes, lámparas fluorescentes con casquillo único o doble casquillo (marzo, 2011), refrigeradores, congeladores y sus combinaciones, motores eléctricos trifásicos, hornos microonda y televisores. (Ministerio de Energía, s.f.)
- A partir de Junio del año 2013, el certificado de Eficiencia Energética es obligatorio para vender o arrendar una vivienda. (Chile Desarrollo Sustentable, 2013)



Figura Nº 7: Guía Comunicación Verde, Fundación Chile, 2014.

2.7.2 Estilos de Vida Sustentables y Educación

En relación a la educación en Chile, desde el 2009 existe la Política Nacional de Educación para el Desarrollo Sustentable, que tiene como objetivo general “formar personas y ciudadanos capaces de asumir individual y colectivamente la responsabilidad de crear y disfrutar de una sociedad sustentable”. En este contexto, cabe mencionar también el Sistema Nacional de Certificación Ambiental de Establecimientos Educativos (SNCAE), un programa coordinado por el Ministerio del Medio Ambiente, orientado a que la toma de conciencia ambiental de los alumnos.

Por otra parte, existe el Sistema de Certificación Ambiental Municipal (SCAM), gestionado por el Ministerio del Medio Ambiente, que tiene entre sus líneas de acción la capacitación de funcionarios, el reciclaje, el ahorro energético, el ahorro del agua, etc.

2.7.3 Compras Públicas Sustentables

La Dirección ChileCompra es la institución que administra el Sistema de Compras Públicas de Chile, ChileCompra (www.chilecompra.cl), que funciona con un marco regulatorio único, basado en la transparencia, la eficiencia, la universalidad, la accesibilidad y la no discriminación.



Figura N° 8: Logo Chile Compra.

ChileCompra ha estado, desde hace ya dos años, implementando una política de compras públicas sustentables, con el transcurso del tiempo, el concepto se ha estado expandiendo y actualmente más que compras sustentables, estamos hablando de responsabilidad social en las compras públicas. Así, la responsabilidad social en las compras públicas se expresa en decisiones de compra que consideren no sólo el precio, sino también variables que tienen impacto en todo el entorno de la empresa.

Las principales estrategias que se han implementados son:

- Formulación de una política de compras públicas sustentables.
- Ajustes normativos: Se incluyó en el reglamento de la ley de compras públicas N° 19.886 opciones específicas que permiten incluir criterios de evaluación que discriminen por conceptos asociados a la responsabilidad social. Es decir los organismos públicos pueden asignar puntajes en los procesos licitatorios por nivel de impacto ambiental, 7 políticas laborales de los oferentes, u otros. Además, se envió una directiva que orienta a los compradores respecto del uso más específico de este tipo de criterios.

- Capacitación de los funcionarios encargados del abastecimiento del Estado: Se ha capacitado a más de 10.000 funcionarios en los conceptos básicos de esta política, se han desarrollado capacitaciones presenciales y vía e-learning. Además se han incluido los contenidos asociados a responsabilidad social en la contratación pública dentro del sistema de acreditación de competencias en gestión de abastecimiento, que consta de una prueba, símil de la PSU en compras públicas. Más de 13.000 funcionarios están acreditados a través de dos pruebas anuales.
- Incorporación de información respecto de responsabilidad social en el registro de proveedores, ChileProveedores: Este registro, que cuenta con 45.000 proveedores intensivos del sistema de compras públicas, ha venido incorporando información sobre sellos o certificaciones de los proveedores que permitan al comprador público conocer mejor a los proveedores.
- Incorporación de responsabilidad social en la tienda electrónica de convenios marco ChileCompra Express: El sistema de convenios marco, que representa 400.000 órdenes de compra al año, incorpora en todas sus licitaciones criterios que permiten premiar a los proveedores que son socialmente responsables. Además, estos proveedores son destacados mediante un sello en el sistema. Del mismo modo, los productos que tienen certificaciones independientes son destacados en el sistema.
- Difusión: Se creó la página web www.comprassustentables.cl, para consolidar la información disponible, presentar las materias relacionadas con la política, y facilitar la discusión respecto del tema. Adicionalmente se realizó un seminario internacional para conocer experiencias en el desarrollo de la responsabilidad social con invitados públicos y privados.

2.7.4 Construcción y Edificios Sustentables

El sector de la construcción se caracteriza –entre otros– por los insumos que son altamente demandantes de energía (cemento, fierro, acero, etc.), por una parte, y por la importante generación de residuos sólidos, por otra. Si se considera el ciclo de vida completo del sector, éste ha visto avances significativos en relación a un desarrollo sostenible, debido a que la edificación y la infraestructura son construidas considerando criterios ambientales y sociales.

Así lo manifiestan certificaciones como LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) que contemplan la eficiencia energética, el uso de energía renovable (paneles solares), la mejora de la calidad ambiental interior, el uso eficiente del agua, la consideración de espacios libres (áreas verdes), etc. A esto se añaden aplicaciones relacionadas a tecnologías de información, convirtiendo a un edificio en “inteligente”, maximizando los niveles de eficiencia. En opinión de MINVU, la innovación y el desarrollo tecnológico son considerados claves para dar respuesta a los temas planteados, y que el mundo de la construcción puede ser el sector que en su conjunto tiene el mayor potencial de ahorros posibles.

Chile cuenta desde el 2013 con una Estrategia Nacional de Construcción Sustentable, para su implementación se creó la Secretaría Ejecutiva de Construcción Sustentable en el MINVU, organismo responsable del cumplimiento de los objetivos de la Estrategia. En concreto, la Estrategia pretende articular y vincular los planes energéticos y ambientales vigentes que se han desarrollado de forma paralela en las distintas instituciones públicas.



Figura N°9: Logo Corporación de Desarrollo Tecnológico, CDT.

2.7.5 Turismo Sustentable, incluyendo Ecoturismo

A nivel nacional, el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) está desarrollando desde el 2010 tres líneas estratégicas de acción con el objeto de fomentar el turismo sustentable: (1) Sensibilización y difusión de buenas prácticas. (2) Desarrollo de un sistema para distinguir productos y servicios sustentables. (3) Desarrollo de un sistema para distinguir destinos turísticos sustentables. En el 2012, SERNATUR lanzó la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, la cual cuenta con cinco pilares: promoción, sustentabilidad, inversión y competitividad, calidad y capital humano, e inteligencia de mercado.

El desarrollo sustentable en el sector turístico implica mayores beneficios económicos y sociales, menores impactos en el medio ambiente y el patrimonio cultural del país. La Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística, una alianza entre sectores público-privado (con la participación del Ministerio del Medio Ambiente), tiene entre sus líneas de acción la entrega de la “Distinción de Sustentabilidad Turística” (sello verde) a alojamientos turísticos que cumplen con determinados criterios sustentables establecidos.

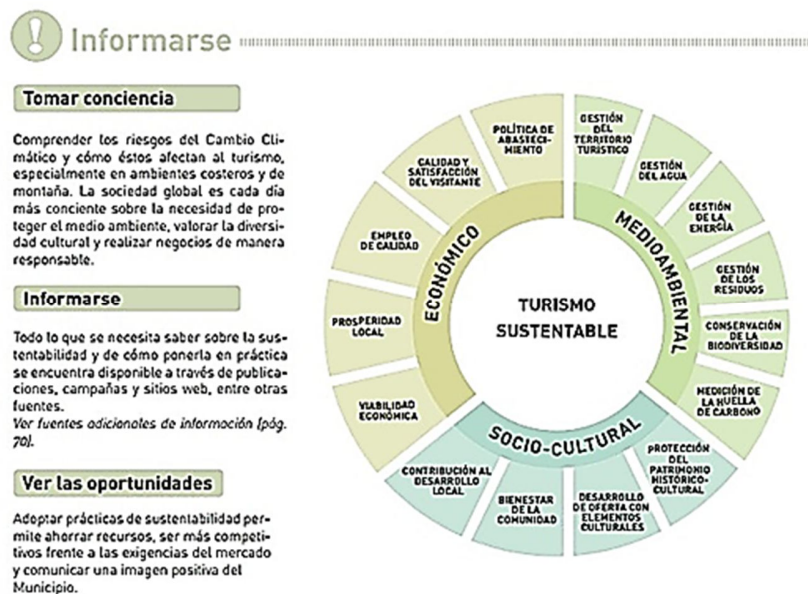


Figura N°10: Estructura e información basada en políticas por un turismo sustentable y Seminario iberoamericano de ecoinnovación 2013

2.7.6 Producción Limpia, Eco-eficiencia y Eco-diseño

En Chile, la producción limpia es competencia del Consejo Nacional de Producción Limpia (CPL), creado en el 2000 como un Comité de CORFO, presidido por el Ministro de Economía. Su objetivo es la promoción de la producción limpia como estrategia para impulsar el uso eficiente de los recursos y la innovación en tecnologías limpias. Dicho objetivo se enmarca en la misión de lograr una mayor sustentabilidad de las empresas, la modernización productiva y la competitividad de las empresas, con énfasis en las pequeñas y medianas.



Figura N°11: Logo Consejo Nacional de Producción Limpia

El principal instrumento del CPL son los Acuerdos de Producción Limpia (APL) que han tenido un fuerte crecimiento en los últimos años. Se trata de convenios firmados entre un sector empresarial, empresas y organismos públicos con competencia en la materia, con el objeto de aplicar la producción limpia mediante metas y acciones específicas, que van más allá del cumplimiento de las normas ambientales. En la actualidad hay nueve sectores comprometidos con más de 6.000 empresas adheridas a un APL.



Figura N°12: Sectores que considera el Acuerdo de Producción Limpia

La producción limpia está estrechamente relacionada con la eco-innovación que va más allá de la aplicación de tecnologías ambientales, y está orientada en un amplio sentido a la eco-eficiencia, caracterizada por un uso eficiente de la materia prima, de la energía, del agua y del suelo; por una reducción de sustancias químicas, la disminución de residuos, la reutilización de materiales, una mayor durabilidad de los productos, etc. Tanto la producción más limpia como la eco-eficiencia reducen los impactos negativos sobre la salud y el medio ambiente y mejoran las ventajas competitivas de los sectores productivos.

2.7.7 Consumo y Producción Sustentable de la Leña

La producción y el consumo de leña adquieren un especial significado en Chile, dado que la leña es un combustible muy importante en las zonas rurales y sectores residenciales de las regiones desde el Centro hasta el Sur. Según estimaciones del Departamento de Economía Ambiental del Ministerio del Medio Ambiente, Gobierno de Chile, la leña contribuye con aprox. un 20% al abastecimiento energético del país.

La Norma de emisión de material particulado para artefactos que combustionen o puedan combustionar leña y derivados de la madera, fue promulgada en noviembre de 2011 y publicada en el Diario Oficial en julio de 2012.

La nueva norma fija no sólo estándares de emisiones, sino también de seguridad (para evitar accidentes como incendios) y eficiencia energética. Esto último implica además un ahorro para el usuario por la menor necesidad de leña para calefacción y, al mismo tiempo, una menor presión sobre el bosque nativo para la obtención de madera para combustión.



Figura Nº13: Logo Consejo Nacional de Producción Limpia

Se aplica a los artefactos nuevos que operan con leña y que tengan una potencia menor o igual a 25 kilowatts (kw). La escala determina que los artefactos de menos de ocho kw deberán emitir 2,5 gr/h de material particulado; los de ocho a 14 (kw) hasta 3,5 gr/h, y los de mayor potencia, hasta 4,5 gr/h.

Mientras un calefactor normal tiene una eficiencia de 15 a 25%, un calefactor certificado está sobre el 70%. Es decir, entregan más calor y menos contaminación.

El objetivo principal de la norma es proteger la salud de las personas, considerando que gran parte de las ciudades de la zona centro sur del país sobrepasan las normas diarias y anuales de material particulado, y gran parte de este proviene de la quema de leña para calefacción.

Leña certificada, ahorro y calor de hogar

Lo que todo consumidor busca en la leña es calor, energía que se obtiene mediante su combustión y que se mide en número de giga calorías (gc) obtenidas por unidad de medida de leña (kg, m3, saco, etc). Según esto, resulta útil comprender la relación entre cantidad de giga calorías y tipo de leña que se usa, relación que depende fundamentalmente de la densidad de la madera y su contenido de humedad.

En el recuadro se muestra un ejemplo de como calcular correctamente el valor de la leña. El precio por m³ es un indicador inicial, pero es fundamental conocer también el porcentaje de humedad que posee. Esta información permite calcular el valor por giga caloría y además permite dimensionar la cantidad de leña que requerirá para la temporada. Si usted suele comprar leña verde o húmeda, lo seguro es que ahora al preferir leña certificada tendrá que invertir en un volumen menor para obtener la misma energía, probablemente pagará más por m³ de leña pero requerirá de un menor volumen, lo que finalmente es una compensación. ¿Por qué no hace la prueba?

Hoy existen 7 comerciantes certificados, 5 de ellos han comenzado a ofrecer sus productos esta temporada. Todos poseen el sello de certificación en marcha blanca, lo que inicialmente NO los obliga a cumplir con el secado de la leña, pero SI a comercializar su leña legalmente, y a entregar a sus clientes información precisa y veraz sobre el producto.

Leña 25% de humedad	Leña 50% de humedad
	
Precio estimado por m ³ de cada leña:	
\$15.000 /m³	\$10.000 /m³
¿Cuántas giga calorías por m ³ aporta cada leña?	
1,18 gc/m³	0,70 gc/m³
¿Cuál es el precio por giga caloría de cada leña?	
\$12.711 /m³	\$14.285 /m³
Según estos datos, se puede deducir que para generar el mismo calor que se obtiene con 1 m ³ de leña seca (25% de humedad), usted necesita 1,69 m ³ de leña húmeda.	
1 m³ 	1,69 m³ 
Leña 25% de humedad	Leña 50% de humedad

Figura N°14: Informativo sobre Leña Certificada

2.7.8 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se refiere a cómo las empresas son gestionadas respecto a los derechos humanos, a las condiciones laborales de sus trabajadores, a sus clientes, proveedores y accionistas, a su relación con las comunidades cercanas, y por supuesto, a su impacto sobre el medio ambiente. En este sentido, la RSE engloba, entre otros elementos, el consumo y la producción sustentables, siendo ambos crecientemente importantes para el mundo empresarial.

Este instrumento se ha convertido en un elemento estratégico de las empresas, cada vez más importante en el contexto de la competitividad en los mercados. La globalización de la economía, la sociedad crecientemente exigente, la demanda de consumidores informados y preocupados de su salud y del medio ambiente, sobre todo en los países desarrollados, ha hecho que el mundo empresarial, también en Chile, esté asumiendo paulatinamente un compromiso social y ambiental que va más allá de la ley. La RSE

Para dar un mayor impulso a las empresas en RSE, en julio de 2013 se ha creado el Consejo de Responsabilidad Social para el Desarrollo Sostenible por parte del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, cuya misión es la elaboración de una política de Estado en esta materia. Conjuntamente con el fomento de la RSE por parte del sector público. Según el estudio “Corresponsables 2012”, entre 2006 y 2011, el número de Informes de Sostenibilidad se ha incrementado en Chile en un 117%, alcanzando un total de 39 reportes en el año 2011.



Figura N°15: Ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial

2.7.9 Manejo Sustentable de Residuos

Desde el 2005 existe la Política de Gestión de Residuos Sólidos. Sin embargo, la tasa de valorización de los residuos (gestión de los mismos para obtener un beneficio económico) es aún muy baja en Chile, por lo cual, el Ministerio de Medio Ambiente está trabajando en la elaboración de una política de fomento a la prevención y valorización de los residuos.

En el 2013, ingresó al Parlamento el Proyecto de Ley Marco para la Gestión de Residuos y Responsabilidad Extendida del Productor. La Responsabilidad Extendida del Productor (REP) obliga a las empresas productoras (fabricantes e importadoras) de productos prioritarios a hacerse cargo de los mismos una vez terminada su vida útil. Los productos considerados son: aceites lubricantes, aparatos eléctricos y electrónicos, periódicos y revistas, embalaje, productos farmacéuticos, neumáticos, baterías, plaguicidas caducadas y vehículos. Dado que la REP implica costos para los productores, es un instrumento clave que genera incentivos para la prevención/disminución de los residuos. Entre los elementos a destacar figura que el proyecto de ley contempla la creación de un fondo para las municipalidades con el objeto de financiar proyectos, programas y acciones que fomentan el reciclaje. Por otra parte, reconoce el rol de los recicladores de base, señalando su posterior formalización en una nueva iniciativa normativa, lo que podría implicar su consideración como “empleo verde”.



Figura N°16: Clasificación de Residuos

2.8 INICIATIVA A NIVEL LOCAL

2.8.1 Municipalidad de Chillán

La Municipalidad de Chillán reinauguró un punto verde de reciclaje en el centro de la ciudad, y como iniciativa implemento un plan piloto en una villa de 400 casas, para ello dispondrá contenedores de 220 litros, para recibir latas de aluminio, envases tetra pack, plásticos pet, papeles y cartones, lo anterior con la idea de fomentar cambios de hábitos y formas de actuar con respecto a la basura.

Estos desechos serán retirados por una empresa con experiencia en el manejo y tratamiento de residuos (Dimensión, con 13 años de trayectoria en la industria nacional del reciclaje)



Afiche: Ilustre Municipalidad de Chillán

2.8.2 CHILERECICLA

CHILERECICLA es la primera planta de reciclaje de residuos electrónicos y eléctricos del sur del país, ubicada en la ciudad de Chillán, octava región, que provee un servicio de gestión integral para reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos en desuso (RAEE) a lo largo de todo el país.

Provee servicio de reciclaje de aparatos electrónicos y eléctricos (RAEE) comprende el retiro de los desechos electrónicos desde las instalaciones de los clientes, en camiones especialmente acondicionados para llevarlos con destino a la planta de reciclaje en la ciudad de Chillán, donde estos aparatos son clasificados y desarmados para la recuperación de sus residuos peligrosos en plantas autorizadas en Chile y la obtención de materiales valorizables para la recuperación de metales preciosos en las plantas fundidoras más importantes del mundo.

Contacto: Planta de Reciclaje Longitudinal 2661, Panamericana Norte, Chillán. Teléfono: +56-42-2272920 SANTIASCOS. Teléfono: 465465456

Sitio Web: <http://www.chilerecicla.com/>



Logo Chile Recicla

2.8.3 INCENTIVO DE USO DE BOLSAS DE TELA

Las grandes empresas de Retail, como Cencosud, han realizado campañas de forma de incentivar el uso de bolsas de telas, en especial como promoción (descuentos), claro que esta práctica no ha permitido eliminar las bolsas plásticas.



Modelo de Bolsas de Género

2.8.4 OTRAS PEQUEÑAS INICIATIVAS

A nivel de comercio local, destaca iniciativas como el disponer de repositorios para desechar pilas (ejemplo: El Palacio de la Pila), claro que si uno analiza el nivel de ventas, versus las pilas que las personas desechar en dichos repositorios, estas últimas, son mucho menor.



Fotografía: Repositorio de Pila



Fotografía: Reciclaje La Sra. Nelly

2.9 TEORÍAS SOBRE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.9.1 Definición del Comportamiento del Consumidor

Según Arellano R. (2002) concepto de comportamiento del consumidor significa “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”, se habla de un comportamiento dirigido de manera específica a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios o de actividades externas (búsqueda de un producto, compra física y el transporte del mismo) y actividades internas. (el deseo de un producto, lealtad de marca, influencia psicológica producida por la publicidad)

El comportamiento del consumidor es un proceso mental (de decisión) y físico (una actividad). Dicho proceso de decisión tarda algún tiempo, incluye acciones previas a la compra (decisión de una compra) y posterior a ella (experiencia de compra). Referente al comportamiento del consumidor, Loudon sostiene “es el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes y servicios”. (David L. Loudon, 1996)

Se asume entonces, el comportamiento del consumidor como un proceso de decisión realizado por las personas. Dicho proceso se desarrolla en cinco actos. Uno, es el reconocimiento del problema o necesidad, dos, búsqueda de información, tres, análisis de información, cuatro, Acto de Compra y evaluación de la información, cinco, comportamiento después de la compra. (Schiffman, 1997)

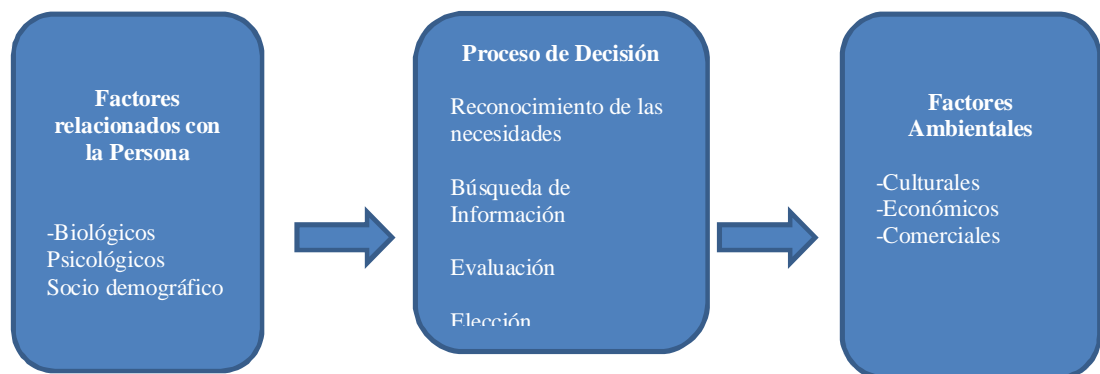


Figura N°17: Proceso de Decisión de Compra

2.9.2 Modelos del Comportamiento del Consumidor

Para poder entender los comportamientos de las personas, respecto al Consumo Sustentable, tomaremos como base las investigaciones desarrolladas en los últimos años sobre comportamiento ambiental, las cuales se han focalizado en las siguientes acciones humanas: reciclaje de productos, reducción de residuos, conservación de la energía, reducción de la contaminación, etc. (Axelrod y Lehman, 1993; Grob, 1990)

2.9.3 Modelos de Evaluación Costo-Beneficio

En esta línea de investigación se evalúa el comportamiento de los individuos considerando dos factores importantes: primero, los individuos eligen de manera racional la alternativa con los mayores beneficios y los menores costos y, segundo, la preocupación de los individuos está centrada en sí mismos. Dentro de esta línea se encuentran la Teoría de la Acción Razonada y la Teoría de la Acción Planificada, cuyo principal supuesto es que la intención es el factor que mejor predice el comportamiento.

2.9.3.1 Teoría de la Acción Razonada

El objetivo de la Teoría de la Acción Razonada, es explicar el comportamiento, asumiendo que éste está bajo control voluntario de los individuos. Este enfoque excluye un gran número de comportamientos como aquéllos que son espontáneos, impulsivos, habituales, resultado de deseos o simplemente sin sentido. (Hale, Householder 2002)

La Teoría de la Acción Razonada, se basa en que el comportamiento de un individuo puede ser explicado mediante la Intención hacia un comportamiento, la cual se compone de dos variables: Actitud hacia el comportamiento y Norma Subjetiva.

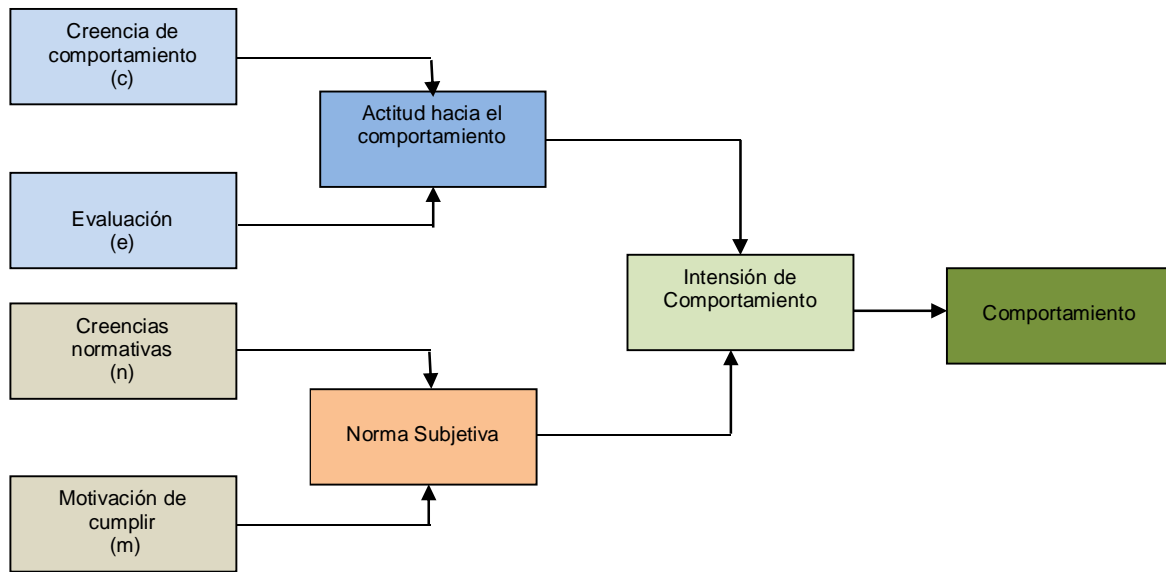


Figura N°18: Teoría de la Acción Razonada (Fishbein & Ajzen 1975)

La Actitud se define como los sentimientos positivos o negativos de una persona acerca de la realización de un comportamiento en particular. Las personas forman sus creencias al asociar un objeto con ciertos atributos, es decir, con otros objetos, características o eventos. En el caso de las actitudes, los individuos asocian sus creencias con un resultado positivo o negativo, entonces el individuo adquiere automáticamente una actitud hacia un comportamiento. De este modo, las personas aprenden a favorecer comportamientos que creen que tienen consecuencias positivas para sí mismos y forman actitudes desfavorables hacia los comportamientos asociados con consecuencias no deseadas. (Ajzen, 1991)

En esta teoría, la Actitud (A) es una función del producto entre las creencias de comportamiento (c), es decir las creencias respecto a las consecuencias que derivan de un comportamiento, y la evaluación de la conveniencia de dichas consecuencias (e), donde el individuo evalúa si los resultados son positivos o negativos para sí mismo. (Chang ,1998)

Por otra parte, la Norma Subjetiva se define como la presión social que el individuo percibe para realizar o no realizar una conducta. (Cordano, Welcomeretal 2011) Esta presión social se genera en el individuo al percibir que personas o grupos importantes para él creen que el comportamiento debe ser realizado. Así, la Norma Subjetiva se obtiene mediante el producto entre las creencias normativas (n), las cuales se refieren a las expectativas de comportamiento que percibe el individuo de otros individuos referentes como familia, amigos, etc. y la motivación de llevar a cabo el comportamiento (m) cumpliendo con las expectativas del individuo o grupo referente.

Esta teoría propone que la intención del individuo para llevar a cabo un comportamiento aumenta si sus actitudes y normas subjetivas hacia ese comportamiento son favorables.

A pesar que esta teoría ha sido aplicada en gran cantidad de estudios, Sheppard*et al.*, (1988) sostienen que la *TRA* pierde validez predictiva cuando el comportamiento en estudio no está bajo completo control voluntario del individuo. Señalan que predecir el comportamiento mediante la intención es complejo, debido a la variedad de factores que pueden afectar la intención del individuo de realizar el comportamiento.

2.9.3.2 Teoría del Comportamiento Planificado

La Teoría del Comportamiento Planificado, es una extensión de la *TRA*, la cual se hizo necesaria debido a las limitaciones observadas en el modelo original para evaluar conductas o comportamientos sobre los cuales los individuos no tienen un control completamente voluntario, es decir, conductas para las cuales los individuos no pueden decidir si realizar o no dicha conducta. (Ajzen, 1991)

La *TPB* fue diseñada para predecir y explicar el comportamiento humano en contextos específicos e incluye las mismas variables que la *TRA*, Actitud, Norma Subjetiva e Intención, pero agrega una nueva variable llamada "Percepción de Control del Comportamiento". Esta nueva variable se refiere a la percepción del individuo acerca de la facilidad o dificultad de llevar a cabo un comportamiento, además de reflejar la

experiencia pasada, así como impedimentos y obstáculos que podría experimentar el individuo. Así, si el comportamiento no está bajo un completo control voluntario del individuo, éste deberá tener acceso a recursos y oportunidades necesarias para ser capaz de llevarlo a cabo. (Chang, 1998)

Esta teoría establece que cuando un individuo se enfrenta con la necesidad de decidir sobre un curso de acción, considera las posibles consecuencias de todas las alternativas disponibles (creencias de comportamiento), ponderan las expectativas normativas de otros individuos o grupos de referencia importantes (creencias normativas), y consideran los recursos necesarios para llevar a cabo el comportamiento, junto con los potenciales impedimentos u obstáculos que anticipa (creencias de control) (Bamberg and Schmidt (2003). El comportamiento es función tanto de la intención de comportamiento como de la percepción de control del comportamiento.

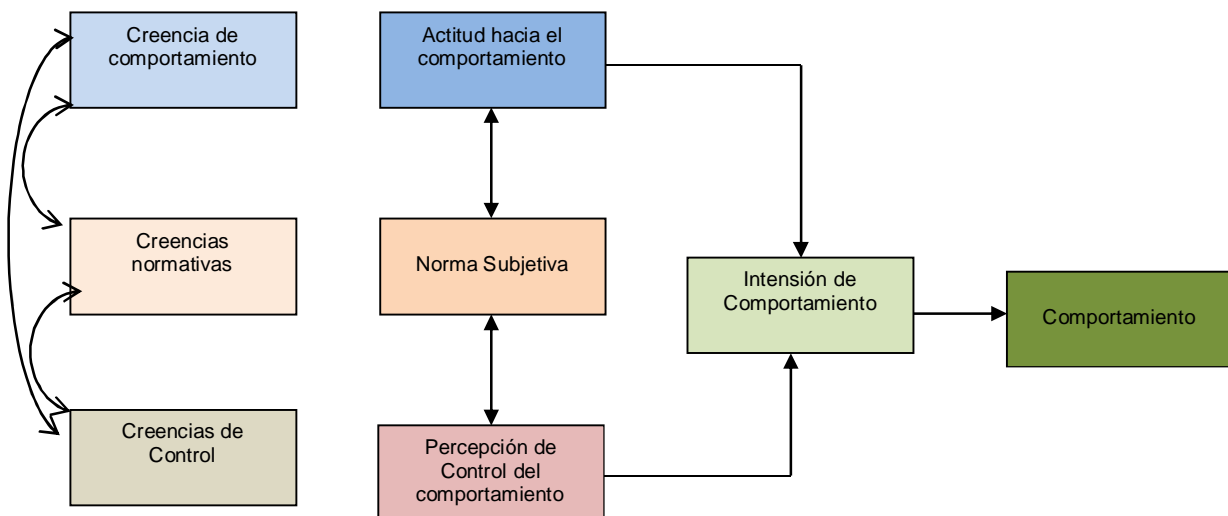


Figura N°19: Teoría del comportamiento Planificado (Ajzen, 1991)

En la TPB, la Percepción de Control del Comportamiento (PCC), junto con la intención de comportamiento, pueden explicar directamente el comportamiento. Esto se debe a dos factores. Primero, si se mantiene la intención constante, el esfuerzo dedicado para realizar un comportamiento probablemente aumenta con la PCC; esto se refiere a que si

dos individuos tienen la misma fuerte intención de aprender alguna habilidad, y ambos lo intentan, es más probable que el individuo que confía en que logrará dominar la actividad perseverará, frente al individuo que duda de su habilidad para dominar la actividad. Segundo, la PCC puede ser usada como una medida del control real sobre el comportamiento, lo cual no será del todo realista si el individuo posee poca información acerca del comportamiento, cuando los requerimientos o recursos disponibles cambian o cuando elementos desconocidos entran en el escenario. No obstante, en la medida que el PCC es realista, se puede utilizar para predecir la probabilidad que el intento de realizar un comportamiento sea exitoso. (Chang, 1998)

2.9.4 Mirada de Psicología Ambiental y el Psico-evolucionismo

Otro factor enfocado desde la psicología ambiental y el psico-evolucionismo, es acercar las dimensiones del bienestar psicológico a las prácticas de acciones sustentables ya que las conductas sustentables, tal y como la conciben los psicólogos ambientales, implican comportamientos que trascienden la protección del ambiente físico incluyendo las conductas de cuidado de otras personas. Esto significa que acciones pro-sociales, como las altruistas y las equitativas, también entran en la categoría de “sustentables”. (Corral, Frías & García, 2010) Lo anterior obedece al hecho de que es sumamente difícil desligar la protección del entorno natural del cuidado del medio ambiente social (Bonnes & Bonaiuto, 2002), es decir, no es posible mantener la integridad del entorno físico si no se entiende las necesidades de todas las personas. (Sustentabilidad y Psicología Positiva, Corral Verdugo Víctor, 2012)

Principales dimensiones del bienestar psicológico relacionadas con las prácticas de acciones sustentables.

Auto Aceptación: La auto aceptación implica aceptarse tal y como uno es a pesar de las deficiencias y debilidades que forman parte de nuestro ser. (Ryff & Keyes, 1995)

Una posible liga entre la auto aceptación y la sustentabilidad estaría dada por el hecho de que las personas que se aceptan y están satisfechas con una vida de simplicidad voluntaria (no poseen bienes en exceso) no solo manifestarían bienestar psicológico, sino también una proclividad al cuidado del ambiente. (Corral Verdugo, Víctor, 2012)

Propósito en la Vida: Propósito en la vida tiene que ver con la necesidad que tienen las personas de relacionar sus actividades con los estados positivos o los objetivos que se han trazado para el futuro (Baumeister, Roy F., 1991), según Corral Verdugo, Víctor (2012), las personas podrían establecer el cuidado de su entorno como parte de su propósito en la vida, ya que mediante este cuidado es posible obtener significado, metas de importancia, coherencia y trascendencia.

Crecimiento Personal: El crecimiento personal implica la conciencia de que uno está cambiando y desarrollándose como persona a lo largo del ciclo vital (Ryff, 1989). Una de las formas más avanzadas de consumo sustentable se practica entre los denominados “simplificadores voluntarios” personas que renuncian a empleos altamente pagados y de status elevado, aceptando estilos de vida muy simple y dejándose llevar por una visión ética de la simplicidad (Etzioni, 1998). El estilo de vida de estas personas se basa en cinco valores, uno de ellos es el crecimiento personal (los otros cuatro son la simplicidad material, el principio de que lo pequeño es bello, la autodeterminación y la conciencia ecológica) (Craig-Lees & Hill, 2002).

Autonomía: Ser autónomo significa autogobernarse, es decir, no depender de fuerzas ajenas o externas. (Roth & Deci, 2009)

La autonomía es importante para el concepto de conducta sustentable, ya que este asume que las acciones de protección del entorno socio-físico serán fundamentalmente auto- determinada, es decir, dependerán de la voluntad del individuo y se encaminarán deliberadamente a producir consecuencias positivas en el ambiente. (Corral, 2010)

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

3.1 TIPO DE ESTUDIO

La tipología de estudio que se llevó a cabo fue del tipo exploratorio, dado que permite obtener supuestos afondo, acerca de lo que las personas piensan y perciben (Hernández, Fernández & Baptista, 2003) sobre el Consumo Sustentable, aunando en la metodología cualitativa, ya que es una investigación que se basa en el análisis subjetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular. (Blasco & Pérez, 2007)

Por otra parte, la investigación sigue una lógica descriptiva, pues “busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. (Hernández, Fernández & Baptista, 2003)

3.2 MÉTODO

El método seleccionado para realizar la investigación fue a través de la administración de una encuesta en forma presencial, sobre las principales prácticas relacionadas con el Consumo Sustentable.

En la investigación cualitativa, la encuesta, nos permitió generar un modo de acercarnos a las principales prácticas de consumo y poder hacer un análisis tanto individual como de las principales dimensiones que componen el Consumo Sustentable.

Dicho instrumento, fue aplicado a los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán, esto permitió indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables asociadas al Consumo Sustentable. (Diseños transversales descriptivos)

3.3 SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para realizar el estudio se tomó como población, a los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán, dado que cumplían con las siguientes características:

- Ser mayor de 18 años
- Tienen decisión de compra
- Perciben distintos niveles de ingresos económicos
- Existe diversidad en cuanto a edad, género y estado civil
- Existen distintos niveles Educativos

El total de la población plausible de ser encuesta era de 193 personas, administrándose a 129, distribuidos en 60 hombres y 69 mujeres, lo que representa el 67% de la población.

TOTAL GENERAL	Universo Total	Encuestado	Porcentaje
HOMBRE	76	60	79%
MUJER	89	69	78%
TOTAL POBLACION	193	129	67%

Tabla N°3. Distribución de la Población encuestada.

3.4 FUENTES DE DATOS

Para el desarrollo de esta investigación se consultaron diversas fuentes de datos, tanto primarios como secundarios, las cuales se mencionan a continuación.

3.4.1 Fuentes de datos Primarios

Los datos de fuentes primarias que se obtuvieron a partir de la encuesta administrada a los alumnos de los Programas Vespertinos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bío-Bío, sede Chillán.

3.4.2 Fuentes de datos Secundarios

Dentro de los datos secundarios se encuentran fuentes bibliográficas y artículos especializados en el tema de Consumo, Sustentabilidad, Medio Ambiente.

3.5 RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de los datos implicó tres actividades:

- 1.- Construcción del instrumento de recolección de los datos
- 2.- Aplicar ese instrumento
- 3.- Preparar observaciones, registros y mediciones obtenidas (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

3.6 DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO

Para este proyecto se construyó un instrumento tomando como base al Estudio de Consumo Sustentable 2012, realizado por la Universidad Andrés Bello e IPSOS, el cual fue acotado y complementado con otras preguntas, que permitieran un mejor análisis, posteriormente, fueron validadas por expertos en el área y aplicado a una pequeña muestra de personas, para finalmente administrarlo a la población objetivo.

La encuesta mayoritariamente, utiliza una escala de Likert, dado que esta permite, medir actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares (Hernández, Fernández & Baptista, 2003).

La escala se construyó en función de una serie de prácticas (ítems) que reflejan una actitud positiva o negativa acerca del consumo sustentable. Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuesta:

1: Nunca	2: Rara vez	3: Algunas Veces
4: Casi siempre	5: Siempre	NS/NR(No sé , no responde)

El instrumento estaba compuesto por 64 preguntas, distribuidas en cuatro secciones:

- **SECCIÓN 1: Antecedentes Generales:** La cual recogía antecedentes relacionados con la caracterización de la persona (género, edad, ingresos, otros).
- **SECCIÓN 2: Proceso de Compra:** Esta asociado al proceso de compra, en la cual se presentan prácticas de antes, durante y después.
- **SECCIÓN 3: Costo v/s Beneficio:** Se analiza, el factor económico, asociado a prácticas sustentables.
- **SECCIÓN 4: Estilo de Vida:** Se mencionan, una serie de prácticas, asociadas al estilo de vida sustentable y ahorrativa.

3.7 MÉTODOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

El método que se ha empleado para llevar a cabo la recolección de datos está basado en el cuestionario como herramienta principal, el cual fue administrado en forma presencial durante un bloque a cada curso de cada Programa Vespertino, durante los periodos de clases.

3.8 TABULACIÓN

La tabulación de las encuestas aplicadas se realizó con el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), donde se introdujeron los datos y se codificó cada variable introducida en la encuesta con un nombre específico. En cuanto a las respuestas de cada variable se le asignó un código que en este caso hace referencia a número que se dividió en distintos partes según cada ítem. Luego de esto se sacaron distintos cuadros estadísticos que explican el comportamiento de los consumidores, relacionando las variables con las respuestas dadas.

En forma complementaria se utilizó Microsoft Excel, para mejorar la presentación de los gráficos respectivos.

3.9 ANALISIS DE LA ENCUESTA

Es importante destacar que antes de comenzar a utilizar cualquier tipo de herramienta de análisis, las preguntas de la encuesta fueron nuevamente revisadas con el objetivo de separarlas según la influencia que tendría estas en el análisis objetivo.

3.10 TIPO DE ANALISIS

El tipo de análisis que se realizó fue de dos tipos:

3.10.1 Análisis específicos:

- a) En base a las dimensiones de Consumo Sustentable

3.10.2 Análisis General

- a) Relación Costo /Beneficio
- b) Lectura y Comprensión de la Rotulación
- c) Uso del Automóvil

Los resultados de estos dos tipos de análisis, nos entregaron índices fundamentales en la presente investigación, ya que a través de esta segmentación se pudo establecer el panorama del consumo sustentable, a través del análisis de las distintas variables socio demográficas y otras que resultaron estadísticamente significativas, para ello se realizaron distintos gráficos y tablas comparativas para explicar de mejor manera el comportamiento general del consumidor.

3.11 ANALISIS ESPECÍFICO:

3.11.1 En base a la definición de Consumo Sustentable

Se analizaron las prácticas asociadas a: compra consciente, estilo de vida ahorrativo, compra reflexiva y estilo de vida sustentable, para lo cual se asociaron cada práctica a la dimensión correspondiente:

AMBITO	PRÁCTICAS
Compra Consciente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se informa de las prácticas ambientales. (Ejemplo. Tratamiento de residuos) 2. Se informa de las Prácticas Sociales de la Empresa. (Ejemplo. Trabajo Comunidad, Fundaciones) 3. Lee el rotulo del producto antes de decidir la compra. 4. Para ir de compras, usa bolsas de tela en lugar de bolsas de plástico. 5. Compra productos con certificación ambiental. 6. Compra productos orgánicos (libre de químicos dañinos para la salud). 7. Opta por productos con material reciclado. (ej. vidrio) 8. Opta por productos biodegradables. (Ejemplo. Bio-plásticos) 9. Compra pilas y baterías recargables. 10. Compra productos de envases grandes o granel. 11. Compra productos eficientes en términos energéticos. (Ejemplo. ampollitas de ahorro energético) 12. Compra en locales comerciales que realizan un esfuerzo por minimizar el impacto medioambiental. (Ejemplo. ejemplo, bolsas reutilizables, depósitos de basura) 13. Sigue las instrucciones de uso y/o funcionamiento de los productos adquiridos. 14. Deja de comprar a una empresa y/o un producto, en represalia al impacto negativo que causa en el medioambiente. 15. Recomienda productos y prácticas sustentables a mis amigos/familiares, otras personas de mi entrono.

<p>Estilo de Vida Ahorrativo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desenchufa los aparatos eléctricos cuando no los está usando 2. Espera que los alimentos se enfrien antes de guardarlos en el refrigerador. 3. Evita dejar las luces encendidas en ambientes desocupados. 4. Corta el agua mientras se lava los dientes. 5. No deja corriendo el agua cuando lava (loza, auto, otro). 6. Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiere caminar o usar bicicletas. 7. Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo.
<p>Estilo de Compra Reflexiva</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planifica las compras de Vestuario. 2. Planifica las compras de Alimentos. 3. Decide su compra, sólo en función del precio. 4. Compra lo justo que necesita en número y/o tipo de productos.
<p>Estilo de Vida Sustentable</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra leña certificada. 2. Reutiliza productos desechables. (botellas, envases) 3. Reutiliza los alimentos no consumidos. 4. Realiza mantenimiento preventivo a los sistemas de calefacción 5. Separa la basura (papel, vidrio, latas) de su hogar para reciclaje. 6. Separa productos contaminantes de la basura. (ejemplo: pilas) 7. Separa los restos de fruta, verduras. 8. Produce abono con los restos orgánicos. (frutas, hojas) (compostaje). 9. Guarda los desechos de basura cuando sale o viaja. 10. Repara un aparato electrónico cuando se echa a perder. 11. Se abstiene de usar el automóvil en días muy contaminados.

Posteriormente, en base al promedio de cada práctica, se establecieron las siguientes clasificaciones:

- **Consumidores Indiferentes:** Hace referencia a que las personas, necesitan informarse más y tomar consciencia sobre el impacto en el entorno de sus decisiones de consumo.
- **Consumidores Principiantes:** Están ligadas principalmente al ahorro energético y de recursos, o a la planificación de las compras, lo que indica que el consumo no es impulsivo, si no que se preocupa de consumir de forma racional, faltando no sólo relacionarlas con la economía personal, sino con la influencia activa y positiva en el entorno mediante las decisiones de consumo.
- **Consumidores Comprometidos:** Se prioriza de cuidar los recursos naturales y energéticos de los que dispones, además es sumamente cuidadoso con las conductas de compra y consumo de productos. Se preocupa de saber qué está comprando al revisar etiquetados y boletas, además de planificar con anterioridad su consumo, de acuerdo al análisis de sus necesidades y no a comportamientos impulsivos.
- **Consumidores Responsables:** Significa, que las personas se preocupan activamente de cada uno de los impactos que puedan tener sus decisiones de consumo en su entorno, y por eso es riguroso y consciente en su actuar, desde que compra un producto hasta que lo desecha, es una prioridad y un estilo de vida.

Estas clasificaciones son las utilizadas en el Estudio de Consumo Sustentables, desarrollado por la UNAB, IPSOS. (2012).

3.12 ANÁLISIS GENERAL

3.12.1 Análisis relación Costo v/s Beneficio

Está relacionado directamente con la sección 3 del instrumento, y permite analizar el factor económico, como elemento relevante a considerar en la toma de decisiones, en el proceso de la compra, considerando las prácticas Sustentables de la Empresa.

3.12.2 Lectura y Comprensión de la Rotulación

Se realizarán un análisis respecto de la rotulación de los productos, referido a:

- Comprende la rotulación actual de los productos.
- Reconoce en la composición de los productos aspectos reciclables o biodegradables.
- Se confunde por un exceso de información.

3.12.3 Análisis sobre el uso sustentable del Automóvil

Se efectuará un análisis respecto el uso sustentable del automóvil, referido a:

- Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiere caminar o usar bicicleta
- Comparte el automóvil
- Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo
- Se abstiene de usar el automóvil en días muy contaminados

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1.- ANÁLISIS VARIABLES GENERALES

Para poder realizar el análisis de las variables asociadas a las prácticas de Consumo Sustentable, se consideraron ciertas variables con el fin de conocer las características generales de la población encuestada (129 personas).

1.- Género:

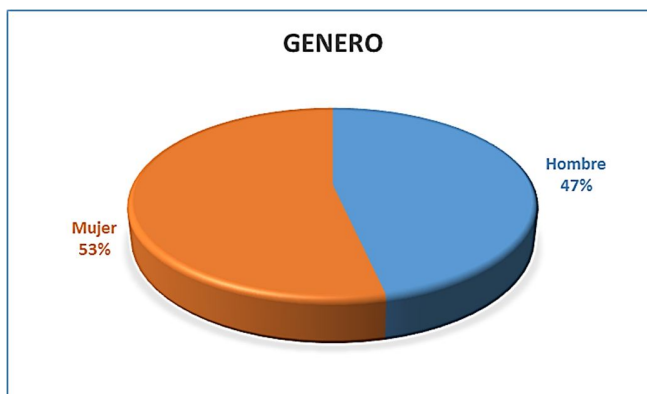


Gráfico N°1: Distribución de Género.

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la población correspondiente al género femenino es superior a la masculina, con 69 mujeres que representan al 53% y 60 hombres pertenecientes al 47% respectivamente

2.- Estado Civil

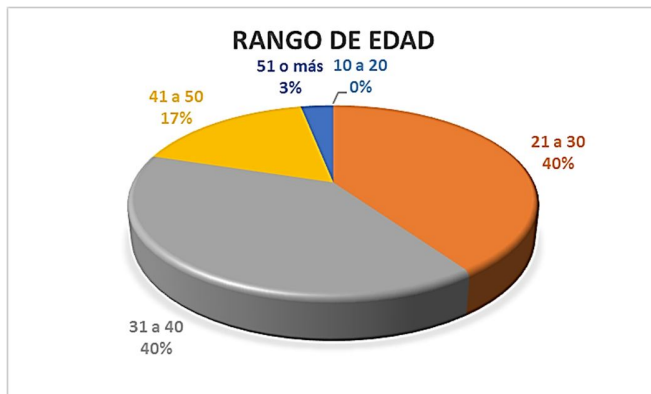


Gráfico N°2: Distribución Estado Civil

Fuente: Elaboración propia

En relación al Estado Civil, predominan levemente los Solteros con un 52%, seguido de los Casados con un 38% y Separados con 7%, en menor medida están los de Unión Libre con 3% y no hay personas viudas.

3.- Edad:

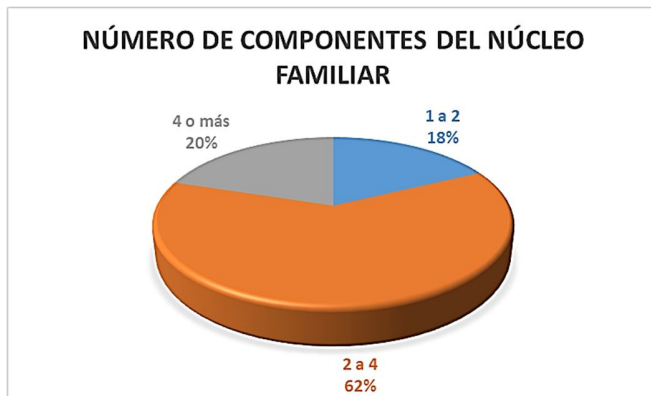


Como se puede observar en el gráfico, existen dos rangos de edades predominantes, con un 40%, (21 a 30 y de 31 a 40 años), en menor medida, están los de 41 a 50 años con un 17%.

Grafico N°3:Distribución Rango de Edad

Fuente: Elaboración propia

4.- Número de componentes del Núcleo Familiar



El rango más representativo, en cuanto al número de componentes del Núcleo Familiar, es de 2 a 4 integrantes con un 62%, seguido de más de 4 con un 20% y por último de 1 a 2 con un 18%.

Grafico N°4:Distribución Número de Componentes del Núcleo Familiar

Fuente: Elaboración propia

5.- Nivel de Ingreso del Grupo Familiar

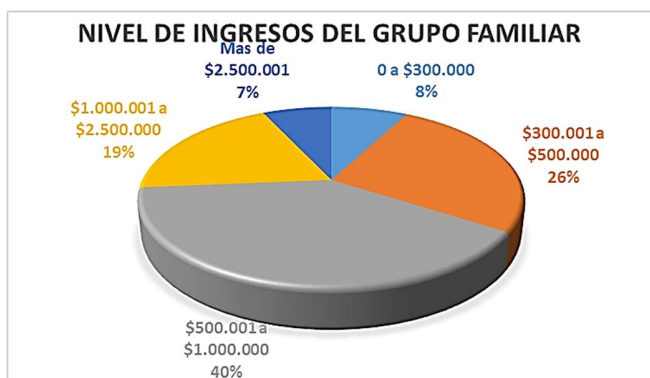


Gráfico N°5: Distribución Nivel de Ingresos del Grupo Familiar
Fuente: Elaboración propia

Se observa que el nivel de ingresos que predomina, según los datos obtenidos de la encuesta, está entre \$500.001 a \$1.000.000, con un 40%, después están los de \$300.001 a \$500.000 con un 26%, de \$1.000.001 a \$2.500.000 con un 19%, de 0 a \$300.000 con un 8% y por último, más de \$2.500.001 con un 7%.

6.- Quien toma la decisión de Compra

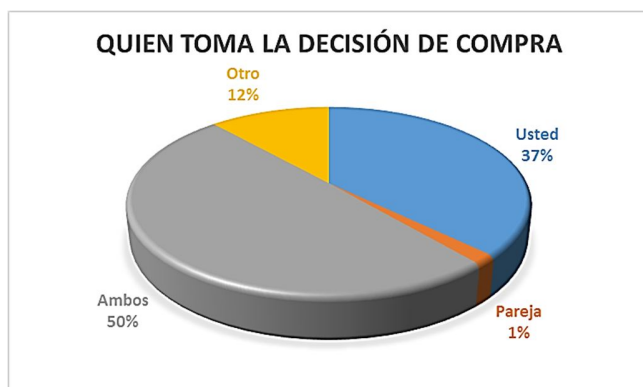


Gráfico N°6: Distribución Quién toma la Decisión de Compra
Fuente: Elaboración propia

En relación a quien toma la decisión de Compra, se puede observar que predomina la respuesta ambos con un 50%, en menor medida Usted con un 37%, otros con un 12% y la pareja con un 1%

4.2 METODO DE INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para realizar el análisis de la Encuesta de Consumo Sustentable, se procedió a clasificar cada práctica de acuerdo a las dimensiones del Consumo Sustentable, descrito en el punto 3.11.1:

- a) Compra Consciente
- b) Estilo de Vida Ahorrativo
- c) Estilo de Compra Reflexiva
- d) Estilo de Vida Sustentable

Cada práctica tenía un resultado por encuesta según la siguiente tabla

Escala	Valor
Nunca	1
Rara Vez	2
Algunas Veces	3
Casi Siempre	4
Siempre	5

Para cada una de las dimensiones del Consumo Sustentable, se llevaron a cabo cuatro tipos de análisis: (i) análisis descriptivo, (ii) diferencias por género y (iii) diferencias por rango de edad y nivel de ingresos

4.2.1 Detalle de construcción de Tablas y Gráficos:

Para obtener una descripción general de cada una de las preguntas se elaboró un gráfico de barras horizontales, indicando las frecuencias, es decir, el número de respuestas obtenidas por cada práctica asociada, con los distintos valores que conforman cada escala.

Posteriormente, antes de poder clasificar el tipo de consumidor, se utilizó como criterio un análisis de varianza (MEDIA y DESV. TIP) para encontrar valores medios, se multiplico la suma de los resultados de cada práctica por el valor de la escala, y dividido al número de encuestas obtenidas.

Ejemplo:

Número de Encuestas: 129

Práctica	1	2	3	4	5	MEDIA
Desenchufa los aparatos eléctricos cuando no los está usando	20	25	35	10	39	
Totales	20	50	105	40	195	3.17

Para la construcción de las tablas de género, edad e ingresos, se procedió a obtener el porcentaje de los resultados (media) de cada práctica agrupada en cada dimensión, en cuatro segmentos, los cuales representarán los tipos de consumidores, de acuerdo al siguiente criterio:

Tipo de Consumidores Sustentables	Rango de la Media
Consumidores Indiferentes	0-2
Consumidores Principiantes	2-3
Consumidores Comprometidos	3-4
Consumidores Responsables	4-5

Tabla N°4. Tipos y rangos de Consumidores Sustentables.

Esta clasificación resulta fundamental en la presente investigación, ya que a través de esta segmentación se podrá establecer tipo de Consumo Sustentable, analizándolas a través de las distintas variables socio demográficas y otras que resulten estadísticamente significativas.

4.2.2 Resumen de Variables Analizadas

1.- Género:

	Género	
	Hombre	Mujer
TOTAL	60	69

2.- Rango de Edad

	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
TOTAL	52	51	22	4

3: Nivel de Ingresos

	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
TOTAL	10	34	50	25	8

4.3 CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR SUSTENTABLE

4.3.1 Estilo de Compra Reflexiva

El tipo de compra reflexiva, comprende aquellas prácticas que involucran un proceso de reflexión sobre la compra.

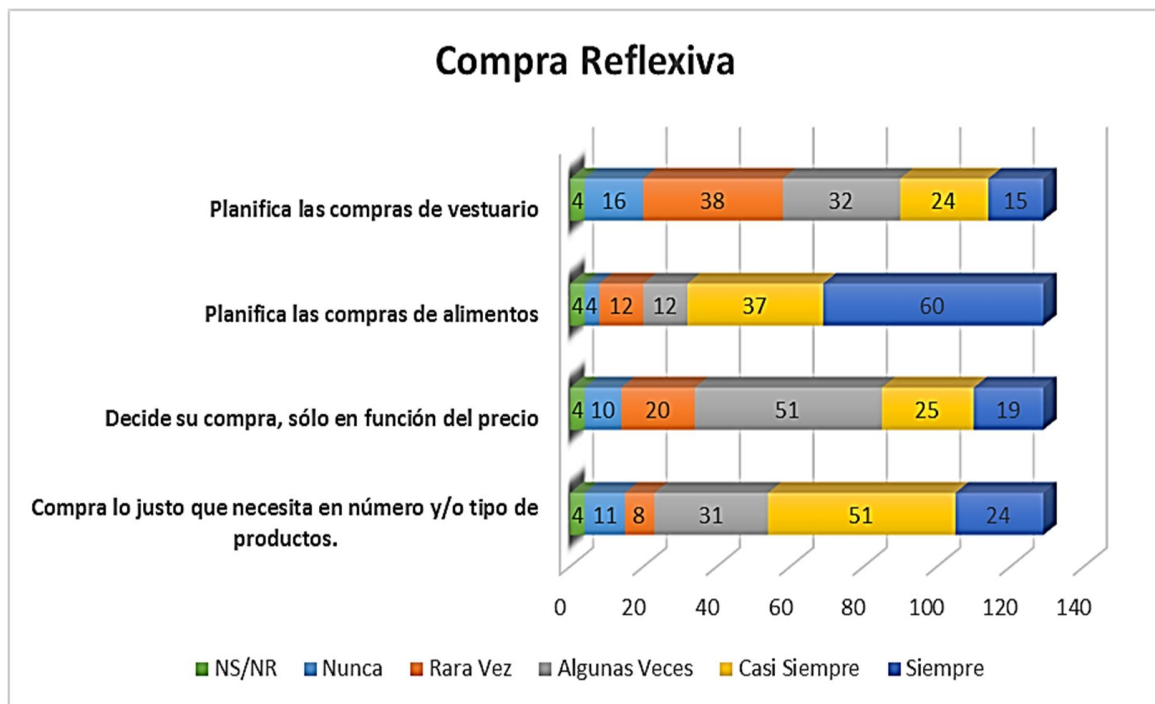


Gráfico N°7: Distribución de Prácticas de Estilo de Compra Flexible

Fuente: Elaboración propia

PRÁCTICA	MEDIA	DESV. TIP
Planifica las compras de vestuario.	2.88	1.272
Planifica las compras de alimentos.	4.10	1.131
Decide su compra, sólo en función del precio.	3.13	1.200
Compra lo justo que necesita en número y/o tipo de productos (evita sobreconsumo)	3.50	1.276

Tabla N° 5. Distribución de Media de Prácticas de Estilo de Compra Reflexiva

Fuente: Elaboración propia

Las prácticas con las medias más altas, es decir, las más frecuentes fueron las relacionadas con la “*Planificación de Compra de los Alimentos*”, con una media de 4,10 y en contraste las prácticas que menos se realizan son las relacionadas con la “*Planificación de las Compras de Vestuario*”, con una media de 2,88.

4.3.1.1 Diferencias por Género

Al analizar los resultados que muestran las diferencias entre hombres y mujeres, es posible observar que estas últimas (20,3%), tienden a ser más reflexivas que los hombres (13,4%), al momento de realizar sus compras, esto se puede deber a que las mujeres tiene una mayor noción sobre las necesidades reales del hogar y en relación al presupuesto familiar.

Estilo de Compra	Género	
	Hombre	Mujer
Reflexiva		
Indiferentes	8,3%	0%
Principiantes	30%	30,4%
Comprometidos	48,3%	49,3%
Responsables	13,4%	20,3%

Tabla Nº 6. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Compra Reflexiva, según Género

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.2 Diferencias por rango de Edad

En relación a las edades, se puede observar que el rango de 51 a más años, es el que tienen un mayor número de personas responsables (25%), de ahí se desprende el 0% de indiferentes, es decir, no realizan compras impulsivamente, llamando la atención que en este mismo rango bajan a 0% los comprometidos y sube a un 75% de principiantes. Seguidamente del grupo de 21 a 30 años con un 19% de responsabilidad y un 6% de indiferentes, por lo que deducimos que a más temprana edad el comprador tiende a mostrar impulsividad en la decisión de sus compras.

Compra Reflexiva	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
Indiferentes	6%	2%	5%	0%
Principiantes	29%	31%	23%	75%
Comprometidos	46%	53%	55%	0%
Responsables	19%	14%	18%	25%

Tabla N° 7. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Compra Reflexiva, según Edad

Fuente: Elaboración propia

4.3.1.3 Diferencias por nivel de Ingresos

En relación a los ingresos, la muestra indica, un mayor porcentaje de personas responsables (40%) y comprometidas (50%) en el rango de \$0 a \$300.000, seguido por el de \$301.000 a \$500.000 con un 18% y 59% respectivamente.

Este dato es interesante, mirado del punto de vista, que mientras menos ingresos disponen las personas, más reflexiva son, es decir, delibera más en que ocupar sus ingresos.

Compra Reflexiva	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
Indiferentes	0%	3%	6%	0%	11%
Principiantes	10%	21%	29%	48%	44%
Comprometidos	50%	59%	47%	44%	33%
Responsables	40%	18%	18%	8%	11%

Tabla N°8. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Compra Reflexiva, según Nivel de Ingresos

Fuente: Elaboración propia

4.3.2 Compra Consciente

Abarca aquellas prácticas de compra que privilegian bienes o empresas cuyos productos cuentan con atributos sociales y/o ambientales, y la práctica de comentar información en torno a las propiedades y características de las empresas que comercializan estos productos.

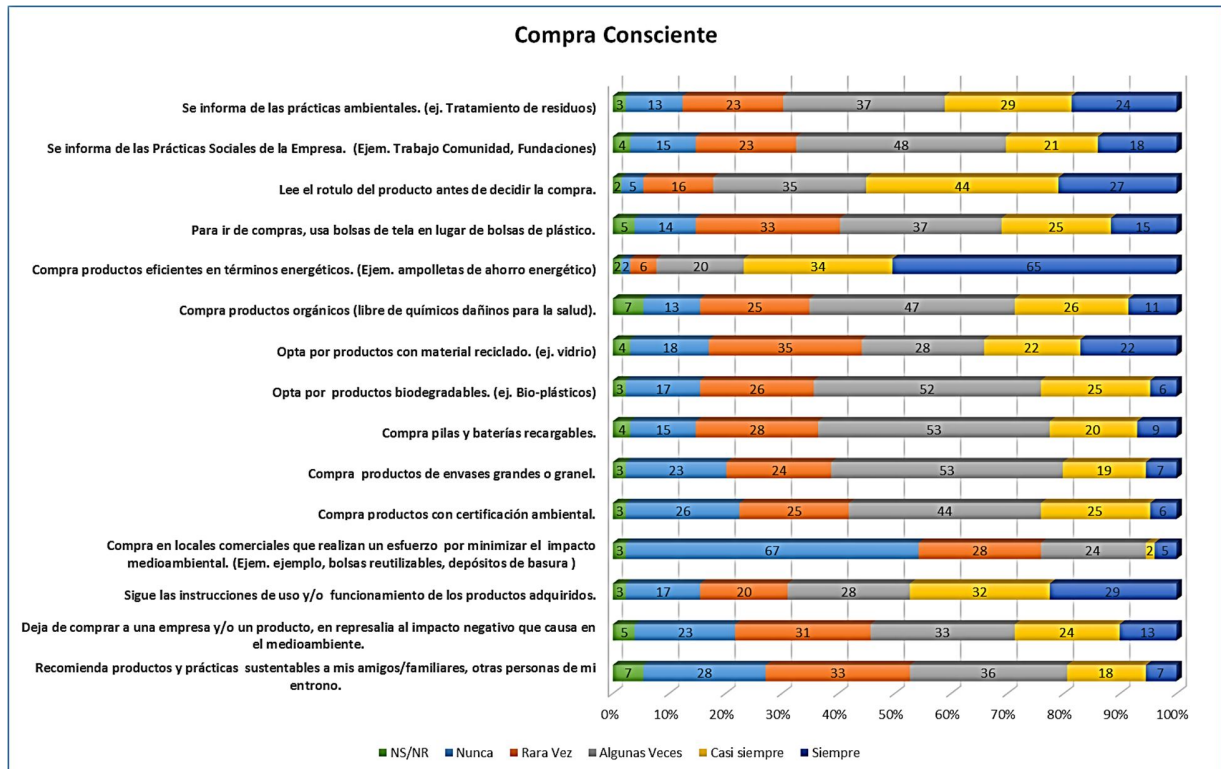


Gráfico N°8: Distribución de Prácticas de Compra Consciente

Fuente: Elaboración propia

PRÁCTICA	MEDIA	DESV. TIP
Se informa de las prácticas ambientales. (Ejemplo. Tratamiento de residuos)	2.41	1.248
Se informa de las Prácticas Sociales de la Empresa. (Ejemplo. Trabajo Comunidad, Fundaciones)	2.75	1.341
Lee el rotulo del producto antes de decidir la compra.	3.29	1.376

Para ir de compras, usa bolsas de tela en lugar de bolsas de plástico.	1.88	1.146
Compra productos con certificación ambiental.	2.61	1.283
Compra productos orgánicos (libre de químicos dañinos para la salud).	2.70	1.196
Opta por productos con material reciclado. (ej. vidrio)	2.80	1.175
Opta por productos biodegradables. (Ejemplo. Bio-plásticos)	2.81	1.126
Compra pilas y baterías recargables.	2.91	1.389
Compra productos de envases grandes o granel.	2.88	1.235
Compra productos eficientes en términos energéticos. (Ejemplo. ampolletas de ahorro energético)	4.19	1.044
Compra en locales comerciales que realizan un esfuerzo por minimizar el impacto medioambiental. (Ejemplo. bolsas reutilizables, depósitos de basura)	2.82	1.360
Sigue las instrucciones de uso y/o funcionamiento de los productos adquiridos.	3.54	1.146
Deja de comprar a una empresa y/o un producto, en represalia al impacto negativo que causa en el medioambiente.	2.95	1.316
Recomienda productos y prácticas sustentables a mis amigos/familiares, otras personas de mi entrono.	3.23	1.302

Tabla Nº 9. Distribución de Media de Prácticas de Compra Consciente

Fuente: Elaboración propia

Las prácticas con las medias más altas, es decir, las más frecuentes fueron las relacionadas con la “*Compra de productos con eficiencia en términos energéticos*” (4.19), seguidamente de “*Sigue las instrucciones de funcionamiento de los productos*”, con una media de 3.54.

En relación a las prácticas más bajas fueron “*Usa bolsas de telas en lugar de bolsas de plástico*”, con una media de 1.88 y “*Se informa de las prácticas ambientales*” con 2.41.

Esto indica, que uno de los principales desafíos, es incentivar más el uso de bolsas de tela y eliminar las bolsas plásticas.

4.3.2.1 Diferencias por Género

Al analizar los resultados que muestran las diferencias entre hombres y mujeres, es posible observar que los hombres, tienden a ser más conscientes (16.6%), que las mujeres con un 8.7%, lo que nos indica que las mujeres están menos informadas de normas y prácticas ambientales de las empresas.

Compra Consciente	Género	
	Hombre	Mujer
Indiferentes	8,3%	8,7%
Principiantes	53,3%	50,8%
Comprometidos	36,6%	31,8%
Responsables	16,6%	8,7%

Tabla N° 10. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Compra Consciente, según Género

Fuente: Elaboración propia

4.3.2.2 Diferencias por rango de Edad

En relación a las edades, se puede observar que la mayor parte se encuentra en grupo de principiantes, es decir, se muestra un resultado con baja preocupación en conocer las prácticas medioambientales de las empresas o que también, la comunicación de las empresas no llega a un gran número de consumidores, con esto deducimos que hay trabajo pendiente a nivel de información.

Compra Consciente	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
Indiferentes	10%	2%	23%	0%
Principiantes	54%	57%	32%	75%
Comprometidos	33%	33%	41%	25%
Responsables	4%	8%	5%	0%

Tabla N° 11. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Compra Consciente, según Edad

Fuente: Elaboración propia

4.3.2.3 Diferencias por nivel de Ingresos

En relación al nivel de ingresos, el resultado se asemeja al análisis de la diferencia por edades, donde los porcentajes mayores se encuentran en el grupo de los principiantes, no se logra establecer relación respecto a mayor ingreso mayor responsabilidad, por lo que inducimos que las personas no buscan información al respecto, y las empresas no se esmeran en masificar sus buenas prácticas.

Compra Consciente	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
Indiferentes	0%	12%	8%	8%	11%
Principiantes	40%	53%	53%	48%	67%
Comprometidos	50%	29%	33%	40%	22%
Responsables	10%	6%	6%	4%	0%

Tabla N° 12. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Compra Consciente, según Nivel de Ingresos

Fuente: Elaboración propia

4.3.3 Estilo de Vida Ahorrativo

Hace referencia a práctica tiene que ver con el ahorro energético (en especial no renovables) y de recursos (materia prima).

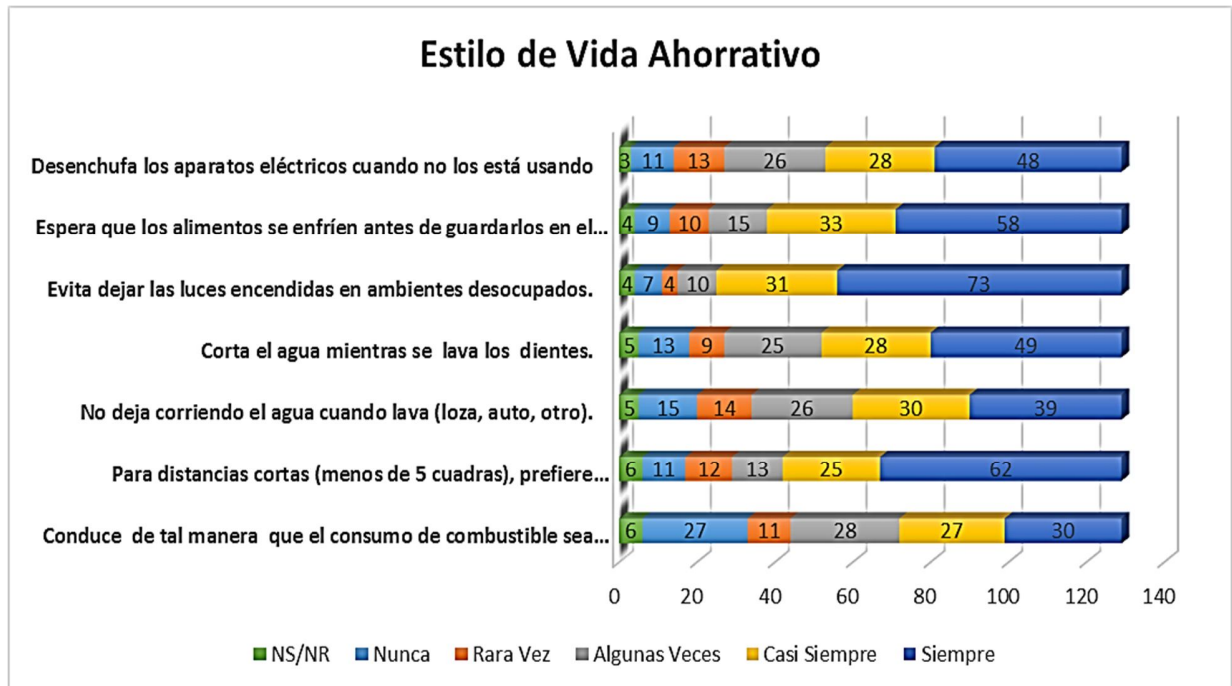


Gráfico N°9: Distribución de Prácticas de Estilo de vida Ahorrativo

Fuente: Elaboración propia

PRÁCTICA	MEDIA	DESV. TIP
Desenchufa los aparatos eléctricos cuando no los está usando	3.63	1.447
Espera que los alimentos se enfríen antes de guardarlos en el refrigerador.	3.88	1.425
Evita dejar las luces encendidas en ambientes desocupados.	4.21	1.279
Corta el agua mientras se lava los dientes.	3.64	1.500
No deja corriendo el agua cuando lava (loza, auto, otro).	3.43	1.509
Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiere caminar o usar bicicletas.	3.82	1.558
Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo.	2.98	1.736

Tabla N° 13. Distribución de Media de Prácticas de Estilo de vida Ahorrativo

Fuente: Elaboración propia

Las prácticas con las medias más altas, están relacionadas con el ahorro energético “Evita dejar las luces encendidas en ambientes desocupados” con una media de 4.21 y

“Espera que los alimentos se enfríen antes de guardarlos en el refrigerador”, con una media de 3.88.

En relación a las prácticas más bajas fueron “Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo” con una media de 2.98 y “No deja corriendo el agua cuando lava (loza, auto, otro)” con una media de 3.43.

4.3.3.1 Diferencias por Género

Al analizar los resultados que muestran las diferencias entre hombres y mujeres, es posible observar que estas últimas, tienden a tener un Estilo de Vida más Ahorrativas (18.8%), versus los hombres (10%), de igual forma, llama la atención que en ambos géneros hay un buen porcentaje de indiferentes (10%), pero este análisis, muestra un avance, ya que hay más personas comprometidas con el estilo de vida ahorrativo, eso se puede deber a que influye mayoritariamente el estilo de vida de cada persona.

Estilo de Vida	Género	
	Hombre	Mujer
Ahorrativo		
Indiferentes	10%	11,6%
Principiantes	38,3%	30,5%
Comprometidos	41,7%	39,1%
Responsable	10%	18,8%

Tabla N° 14. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Ahorrativo, según Género

Fuente: Elaboración propia

4.3.3.2 Diferencias por rango de Edad

Estilo de Vida	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
Ahorrativo				
Indiferentes	12%	14%	5%	0%
Principiantes	38%	27%	36%	50%

Comprometidos	33%	43%	50%	50%
Responsables	17%	16%	9%	0%

Tabla Nº 15. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Ahorrativo, según Edad

Fuente: Elaboración propia

En relación a las edades, se puede observar que el rango de 21 a 30 años, es el que tienen un mayor número de personas responsables, seguidamente del grupo de 31 a 40 años, pero disminuye en la medida que aumentan los años, llegando a 0% en las personas de 51 o más años.

4.3.3.3 Diferencias por nivel de Ingresos

En relación al nivel de ingresos, se puede apreciar que existe una mayor cantidad de personas responsables, en el nivel de \$0 a \$300.000, seguido por el de \$501.000 a \$1.000.000. En este aspecto, se puede dar dos enfoques, primero, que las personas que tienen menos ingresos, están obligadas a tener un Estilo de Vida más Ahorrativo y segundo, que las personas con más ingresos, es parte de su estilo de vida.

Estilo de Vida	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
Ahorrativo					
Indiferentes	0%	9%	10%	4%	0%
Principiantes	20%	9%	12%	16%	0%
Comprometidos	30%	47%	31%	48%	56%
Responsables	50%	35%	47%	32%	44%

Tabla Nº 16. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Ahorrativo, según Nivel de

Ingresos

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Estilo de Vida Sustentable

Hace referencia a las prácticas que no están vinculadas a la compra, sino a la mantención de un estilo de vida sustentable.

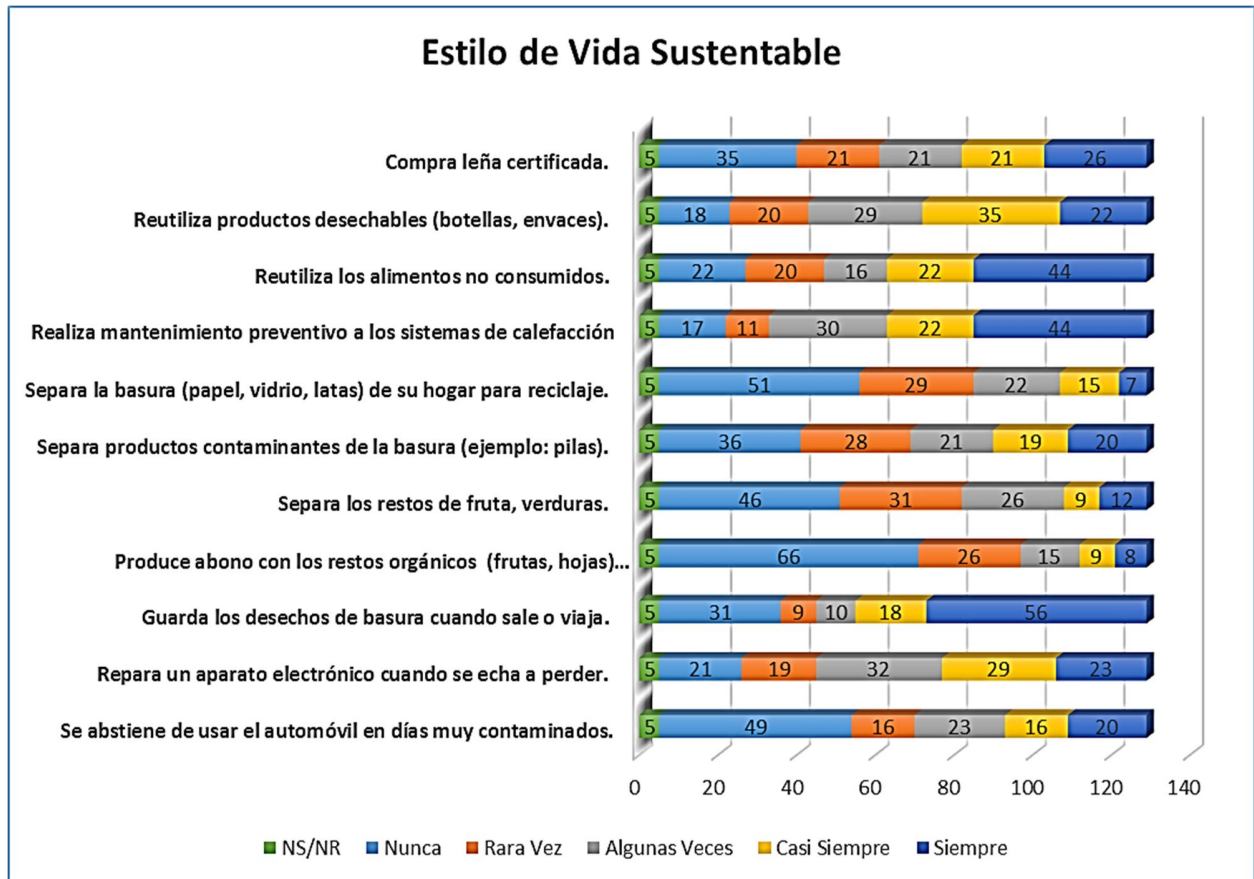


Gráfico N°10: Distribución de Prácticas de Estilo de Vida Sustentable

Fuente: Elaboración propia

PRÁCTICA	MEDIA	DESV. TIP
Compra leña certificada	2.70	1.698
Reutiliza productos desechables (botellas, envases)	3.12	1.434
Reutiliza los alimentos no consumidos	2.80	1.528
Realiza mantenimiento preventivo a los sistemas de calefacción	3.35	1.657
Separa la basura (papel, vidrio y latas) de su hogar para reciclaje	2.13	1.319
Separa productos contaminantes de la basura (ejemplo: pilas)	2.57	1.530
Separa los restos de frutas, verduras, hojas.	2.20	1.360
Produce abono con los restos orgánicos	1.86	1.297
Guarda los desechos de basura cuando sale	3.33	1.846
Repara un aparato electrónico cuando se echa a perder	3.02	1.460
Se abstiene de usar el automóvil en días muy contaminados	2.34	1.670

Tabla Nº 17. Distribución de Media de Prácticas de Estilo de Vida Sustentable
Fuente: Elaboración propia

Las prácticas con las medias más altas, es decir, las más frecuentes fueron las relacionadas con “*Mantenimiento a los Sistemas de Calefacción*” (3.35), seguidamente de “*Guarda los desechos de basura cuando sale*” (3.33).

En relación a las prácticas más bajas fueron “*Produce abono con los restos orgánicos*”, con una media de 1.86 y “*Separa los restos de frutas*”, verduras, hojas con una media de 2.20.

4.3.4.1 Diferencias por Género

Al analizar los resultados que muestran las diferencias entre hombres y mujeres, es posible observar que estas últimas, muestran un desarrollo mayor en la sustentabilidad (46.4% de responsables), por que estas se relacionan con el estilo de vida ahorrativo alto, llamando la atención que un 10% de los hombres son indiferentes en relación a esta dimensión.

Estilo de Vida	Género	
	Hombre	Mujer
Sustentable		
Indiferentes	10%	4,3%
Principiantes	16,7%	7,2%
Comprometidos	38,3%	42,1%
Responsables	35%	46,4%

Tabla N° 18. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Sustentable, según Género

Fuente: Elaboración propia

4.3.4.2 Diferencias por rango de Edad

Estilo de Vida	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
Sustentable				
Indiferentes	12%	4%	5%	0%
Principiantes	15%	17%	5%	0%
Comprometidos	37%	35%	50%	75%
Responsables	37%	44%	41%	25%

Tabla N° 19. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Sustentable, según Edad

Fuente: Elaboración propia

En relación a las edades, se puede observar que el rango de 41 a 50 años, es el que tienen un mayor número de personas responsables (41%) y comprometidas (50%), seguidamente del grupo de 31 a 40 años. En este aspecto, claramente hay una tendencia que a mayor edad, más alto son los índices de Estilo de Vida Sustentable, esto se puede deber a que la experiencia y cultura sustentable está inmerso en las personas mayores.

4.3.4.3 Diferencias por nivel de Ingresos

En relación al nivel de ingresos, se puede apreciar que existe una mayor cantidad de personas responsables, en el segmento de \$0 a \$300.000, seguidamente del de \$501.000 a \$1.000.000, lo que reafirma que a menor ingreso, más sustentable son las personas, dado que se relaciona con el ahorro.

Estilo de Vida Sustentable	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
Indiferentes	0%	9%	10%	4%	0%
Principiantes	20%	9%	12%	16%	0%
Comprometidos	30%	47%	31%	48%	56%
Responsables	50%	35%	47%	32%	44%

Tabla N° 20. Estilo de Consumidores, de acuerdo a las prácticas de Estilo de Vida Sustentable, según Nivel de Ingresos

Fuente: Elaboración propia

4.4 ANÁLISIS GENERAL

4.4.1 Relación Costo v/s Beneficio

En relación a la pregunta **¿Pagaría más por un producto que cuida el Medio Ambiente?**, se puede observar qué características son más valoradas, en el sentido de pagar más del precio original, podemos observar que las personas valoran en un alto porcentaje *“Que durante su producción, los animales no hayan sido maltratados”(41)* y *“Que la Empresa se haga cargo de los desechos y/o residuos. (35)”*

En el sentido contrario, destaca *“Que la Empresa sea pequeña (Pyme)”* (15), no sea un factor determinante, al igual que *“Que la Empresa utilice fuentes alternativas de Energía”* (17).

En este sentido, llama la atención, que no hay una valorización sobre el producto nacional, pero sí, sobre el manejo de residuos y desechos.

Características		Media	Entre 0% y 10% más del precio original.	Entre 11% y 20% más del precio original.	Entre 31% y 40% más del precio original.	Entre 31% y 40% más del precio original.	Más del 41% del precio original.
1	Que el producto o servicios, tenga un sello que garantice la protección medioambiental	2.82	29*	26	32	18	23
2	Que el producto o servicio, tenga un sello que garantice buenas condiciones de trabajo	3.12	19	24	30	25	29
3	Que la empresa tenga una buena relación con la comunidad en que está inserta	3.03	23	25	25	27	27
4	Que durante su producción, los animales no hayan sido maltratados	3.10	18	25	21	16	41*
5	Que el producto sea Chileno	3.04	20	27	31	20	29
6	Que la marca del producto sea conocida	3.12	22	19	31	26	29
7	Que el producto sea orgánico	2.98	13	34	34	19	25
8	Que la Empresa sea pequeña (pyme)	2.61	22	33	42	12	15*

9	Que la Empresa utilice fuentes alternativas de energía	2.73	22	31	37	18	17
10	Que la Empresa cuente con puntos verdes o reciclaje	2.84	20	35	29	16	25
11	Que la Empresa se haga cargo de los desechos y/o residuos.	3.16	16	31	26	19	35
12	Que el producto sea ecológico	3.10	4*	18	23	20	32

Tabla N° 21. Valorización Económica de Atributos (Relación Costo v/s Beneficio)

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Uso del Vehículo

En relación al uso del vehículo, e existe un alto número que “*Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiero caminar o usar bicicleta*”, pero llama la atención que hay 11, que nunca “*comparten el automóvil*”.

	Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiere caminar o usar bicicleta	Comparte el automóvil	Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo	Se abstiene de usar el automóvil en días muy contaminados
Nunca	0	11	1	1
Rara vez	10	9	6	6
Algunas veces	8	14	18	18
Casi Siempre	12	5	17	17
Siempre	34	25	21	21

Tabla N° 21. Prácticas Asociadas al uso Sustentable del Vehículo

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Lectura y Comprensión de la Rotulación

En relación a las personas que leen el rotulo de los productos antes de decidir la compra, se puede observar, que hay un alto número que “*Comprende la rotulación actual de los productos*” (17), pero, de igual forma hay 12 que Nunca lo comprenden.

En relación a si “*Reconoce en la composición de los productos aspectos reciclables o biodegradable*”, hay 12 que siempre y 9 de nunca, y por último “*Se siente confundido por un exceso de información*”, hay 7 que no se sienten confundidos y 2 que siempre lo están.

		Lee el rotulo de productos antes de decidir la compra				
		Nunca	Rara vez	Algunas veces	Casi Siempre	Siempre
Comprende la rotulación actual de los productos	Nunca	12	1	1	0	0
	Rara vez	1	6	4	4	1
	Algunas veces	2	8	13	8	3
	Casi Siempre	1	3	7	14	10
	Siempre	1	2	3	6	17
Reconoce en la composición de los productos aspectos reciclables o biodegradable	Nunca	9	0	3	3	1
	Rara vez	4	6	8	4	2
	Algunas veces	2	8	10	7	10
	Casi Siempre	2	5	4	9	6
	Siempre	0	1	3	9	12
Se confunde por un exceso de información	Nunca	7	2	2	1	6
	Rara vez	2	3	7	10	8
	Algunas veces	3	10	11	12	7
	Casi Siempre	1	2	6	5	7
	Siempre	2	3	2	4	2

Tabla N° 22. Reconocimiento y Comprensión de la Rotulación de Productos

Fuente: Elaboración propia

4.5 Consumidor Sustentable

Hace referencia al uso de bienes y servicios que responden a necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones de desperdicios y contaminantes durante todo el ciclo de vida, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones. (Comisión para el Desarrollo Sustentable (CSD III), 1995)

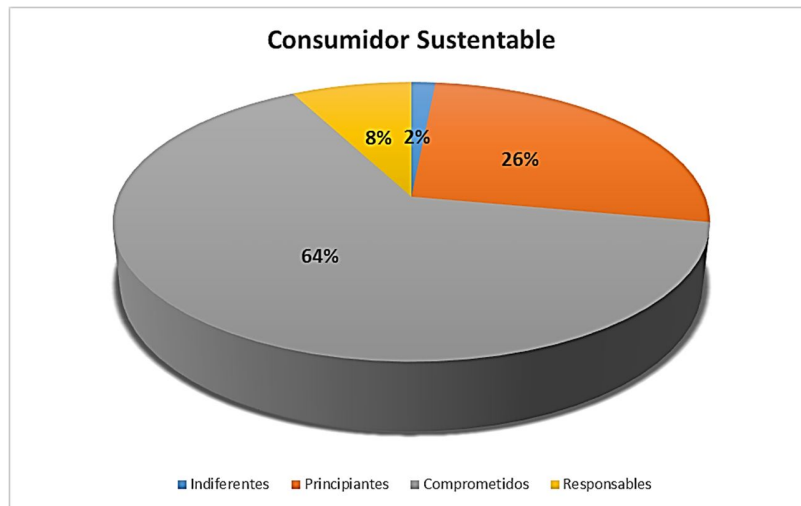


Gráfico N°11: Porcentaje de Estilo de Consumidores Sustentables
Fuente: Elaboración propia

DIMENSION	MEDIA
Compra Consciente	2.92
Estilo de vida ahorrativo	3.65
Reflexión durante la compra	3.41
Estilo de vida sustentable	3.15
PROMEDIO	3.28

Tabla N° 23. Distribución de Media, según lo estilos de Consumidores Sustentables

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta las dimensiones del Consumo Sustentable, el resultado del instrumento aplicado nos indica que la “**Compra Consciente**” (compra de productos con atributos sociales y ambientales), es el ámbito menos practicado del Consumo Sustentable, con una media de 2.92 y la más alta “**Estilo de Vida Ahorrativo**” (prácticas de ahorro energético y de recursos) con una media de 3.65, logrando un promedio de 3.28, lo que nos indica, que el mayor porcentaje de la población es del tipo Comprometida (65%).

4.5.1 Diferencias por Género

Consumidor Sustentable	Género	
	Hombre	Mujer
Indiferentes	3,3%	0%
Principiantes	30%	23,1%
Comprometidos	63,4%	65,3%
Responsables	3,3%	11,6%

Tabla Nº 24. Estilo de Consumidores Sustentables, según Género

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta el factor género, se observa, que las mujeres tienden a ser más responsables que los hombres, logrando los porcentajes más altos, de igual forma, llama la atención que hay un 3.3% de hombres que son indiferentes.

4.5.2 Diferencias por rango de Edad

Consumidor Sustentable	Edad			
	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 o más
Indiferentes	2%	0%	5%	0%
Principiantes	33%	25%	18%	0%
Comprometidos	62%	65%	64%	100%
Responsables	4%	10%	14%	0%

Tabla N° 25. Estilo de Consumidores Sustentables, según Edad

Fuente: Elaboración propia

En relación a la edad, los rangos de 31 y más años, tienden a ser más responsables y conscientes, esto se puede deber, a las experiencias y aprendizaje que tienen las personas (maduras).

4.5.3 Diferencias por nivel de Ingresos

Consumidor Sustentable	Ingresos				
	0 a \$300.000	\$301.000 a \$500.000	\$501.000 a \$1.000.000	\$1.001.000 a \$ 2.500.000	Más de \$2.500.000
Indiferentes	0%	0%	2%	0%	11%
Principiantes	10%	18%	31%	36%	22%
Comprometidos	70%	74%	57%	64%	67%
Responsables	20%	9%	10%	0%	0%

Tabla N° 26. Estilo de Consumidores Sustentables, según Ingresos

Fuente: Elaboración propia

Un factor, que siempre ha estado en el tapete, es el ingreso, en este caso, nos podemos dar cuenta que las personas responsables, tienden a estar en los ingresos más bajos, llamando la atención que hay un 11% en las personas que ganan más de \$2.500.000 y son indiferentes.

4.6 CONCLUSION GENERAL DE LOS RESULTADOS

Al analizar los resultados globales de la Encuesta aplicada sobre Consumo Sustentable, se identificaron cuáles son las principales prácticas medioambientales de los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío, Facultad de Ciencias Empresariales, sede Chillán, asociadas a:

- **Compra reflexiva:** La planificación de las compras de alimentos.
- **Compra consciente:** La compra de productos eficientes en términos energéticos.
- **Estilo de vida sustentable:** La mantención de los sistemas de calefacción.
- **Estilo de vida ahorrativo:** Evita dejar las luces encendidas en ambientes desocupados.

Es decir, principalmente, prácticas relacionadas con la eficiencia energética, esto se puede explicar, por las numerosas campañas por parte de las Empresas y el Estado, en relación a disminuir el gasto energético de la población, es así, por ejemplo que a partir de diciembre no se venderán más ampolletas de filamento (tradicionales) y sólo estarán a la venta las ampolletas eficientes.

En el lado opuesto:

- **Compra reflexiva:** Planifica las compras de vestuario.
- **Compra consciente:** Para ir de compras, usa bolsas de tela en lugar de bolsas de plástico.
- **Estilo de vida sustentable:** Produce abono con los restos orgánicos (frutas, hojas) (compostaje).
- **Estilo de vida ahorrativo:** Conduce de tal manera de que el consumo de combustible sea el mínimo.

Estas prácticas, nos dan un indicio, de hacia dónde hay que orientar los esfuerzos para alcanzar mayores índices de sustentabilidad.

En cuanto a los aspectos de género, podemos apreciar que las personas que realizan acciones de compras conscientes en el Consumo Sustentable son principalmente

mujeres, esto se puede entender en gran medida porque son ellas las que realizan las compras del hogar.

A nivel de rango de edad, la tendencia indica que el Consumo Sustentable va en alza hasta el rango 41 a 50 años, pero muestra un cambio en el rango siguiente, (51 o más) mostrando el 100% en indicador de los comprometidos, esto se puede deber a la experiencia adquirida durante su vida.

Por último a nivel de ingresos, se vuelve más complejo el análisis, dado que las personas con menos ingresos, son más sustentables, esto se puede relacionar, a que deben reflexionar más sobre sus compras, debido a que tienen que maximizar sus recursos, por otro lado, las personas con ingresos más altos, igual tienen índices de sustentabilidad alto, pero no tan significativos, porque indica un 11% de indiferentes.

En relación, a que factores influyen en el proceso de decisiones de compra sustentable de los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío, podemos darnos cuenta, que priman el género (femenino) y la edad (41 a 50 años).

De igual forma, al analizar las prácticas, nos podemos dar cuenta, que las campañas lanzadas por las Empresas y el Estado en relación a la eficiencia energética, han dado resultado, pero por otro lado, estamos dejando de lado, aspecto como el reciclado y conocer sobre los beneficios de las certificaciones ambientales.

Al analizar cuál es la influencia que tiene el Consumo Sustentable, en los alumnos(as) de los Programas Vespertinos de la Universidad del Bío-Bío, como variable, en la decisión de compra, nos podemos dar cuenta que hemos avanzado como sociedad, en especial en términos de compra reflexiva, y de estilo de vida ahorrativo, pero todavía nos falta mejorar aspectos en Estilo de vida sustentable, en prácticas como: Separa la basura (papel, vidrios, latas) y comparte el automóvil.

CAPÍTULO V: RECOMENDACIONES

5.1 RECOMENDACIONES PARA INICIAR UN ESTILO DE VIDA SUSTENTABLE

En base a los resultados y lo que los expertos nos señalan, presentamos algunos tips, que las personas pueden seguir, para contribuir a nuestra sociedad:

5.1.1 Para el Consumidor

1. **PROGRAMA TUS COMPRAS.** Semanalmente puedes comprar lo necesario y evitar frecuentes compras (tanto impulsivas como sobre consumo).
2. **DETENTE A PENSAR:** Cada vez que compres algo, debes considerar también el impacto causado por los residuos y la basura que genera.
3. **EVITA LAS LATAS Y LOS PRODUCTOS MUY ENVASADOS.** Los tarros de cristal son una forma más ecológica que guardar los alimentos en plásticos y aluminio.
4. **UTILIZA ENVACES RETORNABLES:** Da prioridad a productos con envases retornables o reutilizables.
5. **UTILIZA EL AGUA DE FORMA EFICIENTE:** Si es posible, utiliza ciclos de agua fría en la lavadora, asegúrate de que no haya fugas en casa.
6. **AHORRA PAPEL:** utiliza las hojas por las dos caras, pide facturas electrónicas en lugar de impresas, comparte las revistas y periódicos y aprende a hacer papel reciclado.
7. **CAMBIA A PILAS RECARGABLES** y deposita las pilas comunes en los módulos especiales para su desecho.
8. **APAGA LAS LUCES** cuando no estés en casa y considera instalar sensores de movimiento que las activen sólo cuando las necesitas.
9. **DESCONECTA TUS APARATOS** ya que incluso apagados consumen hasta 30% de energía. Una solución fácil es conectar todos los aparatos a una barra de conexiones y apagar el switch al terminar de usarlos.
10. **TIENDE LA ROPA** en vez de usar la secadora.
11. **TAPA OLLAS Y SARTENES** durante la cocción o mejor utiliza ollas a presión.

12. **LIMPIA TU ESTUFA** los quemadores sucios consumen 10% más combustible.
13. **TAPA LOS ALIMENTOS EN EL REFRIGERADOR** ya que si generan humedad hacen que trabaje más de lo necesario.
14. **NO IMPRIMAS CORREOS INNECESARIOS** y agrega una leyenda al pie de los mismos para crear conciencia en otras personas.
15. **APAGA EL MONITOR** durante la hora de la comida o salidas extensas.
16. **DESCONECTA APARATOS** al terminar tu jornada.
17. **¡CAMINA REGULARMENTE!** Y evita sobretodo andar distancias cortas en auto.
18. **VIAJA RESPONSABLEMENTE** y observa las reglas ambientales de la localidad, respetando el medio ambiente, flora y fauna.
19. **CONSUME MENOS PLÁSTICO** El plástico es un componente no natural, altamente contaminante, difícil de biodegradar y de reciclar por su composición a base de petro polímeros. Dale preferencia a productos en vidrio, aluminio, cartón o materiales más amigables.
20. **OPTIMIZA EL USO DE PLÁSTICO** Reutiliza y aprovecha al máximo: rellena en tu casa botellas de agua y compra productos a granel.
21. **LLEVA BOLSAS REUTILIZABLES AL SUPERMERCADO** Ni plástico ni cartón. Utiliza bolsas de tela y fibras naturales. Con esto ahorrarás alrededor de 300 bolsas anuales y más de 20,000 en tu vida.
22. **EJERCE EL COMERCIO LOCAL (FAIR TRADE)** Adquiere los productos que estén disponibles directamente del pequeño comerciante o productor local y no del intermediario.
23. **PREFIERE ALIMENTOS FRESCOS Y ORGÁNICOS.** La producción de alimentos congelados produce hasta 10 veces más energía.
24. **PON LA BASURA EN SU LUGAR** Cuida las calles y lugares públicos como cuidas tu casa.
25. **PREFIERE EMPRESAS Y SERVICIOS** que cuenten con políticas de desarrollo sustentable y responsabilidad social.
26. **PLANTA ÁRBOLES** Reforestar es una gran forma de revertir el daño causado. Infórmate sobre los programas de tu localidad.

27. **CAMBIA TUS HÁBITOS** Quizás la alternativa más fácil de todas. Hacer un esfuerzo para reducir el impacto ecológico y lograr grandes cambios.

5.1.2 Para la Empresa

1. **EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS:** Considera la energía y los materiales utilizados en la fabricación, la producción de los componentes y la fase de uso. También incluye la selección de materiales que favorezcan el uso de materiales locales, renovables, reciclados y que utilicen poca energía, y evita aquellos que sean escasos o contengan materiales tóxicos.
2. **CALIDAD DE LOS PRODUCTOS:** Incluye el uso, necesidad y función del producto, la durabilidad, el óptimo tiempo de vida, la eficiencia de energía, el uso adecuado de los materiales y el terminado.
3. **ORGANIZACIÓN Y EFICIENCIA EN LA PRODUCCIÓN:** Incluye procesos mejorados de manufactura en términos de recursos, trabajo manual y maquinaria, además del uso y el desarrollo de las tecnologías apropiadas y la energía renovable.
4. **CULTURA Y CAPACIDADES LOCALES:** Incluye la comprensión y aplicación de la cultura y el conocimiento local, las necesidades de los pueblos locales, las tradiciones y las capacidades (técnicas y económicas) a lo largo de todo el proceso productivo. Asimismo incorpora y favorece el uso de productos locales y el consumo a nivel local.
5. **MERCADO:** Incluye el análisis e investigación de las oportunidades del mercado que consigan procesos económicos sostenibles.
6. **DESARROLLA UN MARKETING SUSTENTABLE,** es el proceso por el cual, una organización satisface las necesidades y/o deseos de un grupo objetivo, al desarrollar, comercializar y distribuir de manera rentable, bienes y servicios que son compatibles con el entorno y la sociedad, desde su cadena de valor hasta el postconsumo.

5.1.3 Para el Estado

1. **FOMENTAR EL LIDERAZGO DE LOS ESTADOS:** por ejemplo, creando políticas gubernamentales eficientes, haciendo cumplir las leyes y los programas económicos y sociales, y creando políticas específicas para uso de tierras, transportación, energía y vivienda.
2. **REFORZAR LOS VALORES:** por ejemplo, por medio de los programas informativos y educativos para los consumidores en asuntos como el impacto ambiental de las decisiones y el comportamiento de los clientes, el uso eficiente de los materiales, la energía, el agua y el reciclaje.

5.2 UN MODELO SUSTENTABLE: LA ECONOMÍA CIRCULAR

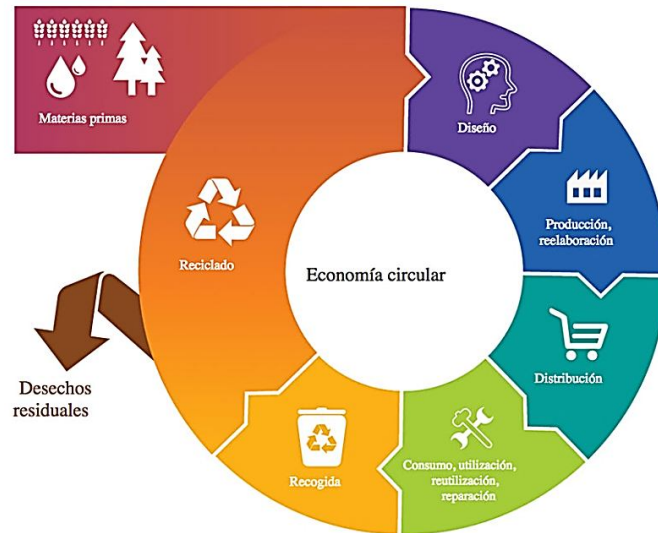


Figura N°20: Esquema: Economía Circular

La economía circular es una filosofía de organización de sistemas inspirada en los seres vivos, que persigue el cambio de una economía lineal (producir, usar y tirar) hacia un modelo circular, tal y como ocurre en la naturaleza. Para ello, divide los componentes de los productos en dos grupos generales: nutrientes biológicos y técnicos (biological and technological nutrients). Los nutrientes biológicos son biodegradables se pueden introducir en la naturaleza después de que su valor de uso ya no sea rentable. Ejemplos de nutrientes biológicos podrían ser tejidos de algodón, materiales plásticos biodegradables (ácido poliláctico, PLA), ésteres orgánicos (jabón), etc. Los nutrientes técnicos hacen referencia a los componentes tecnológicos que son poco aptos para los seres vivos y, por ello, son reutilizados una y otra vez sin entrar en la naturaleza. Estos componentes se diseñan para poder ser ensamblados y desmontados un gran número de veces, favoreciendo la reutilización de materiales y el ahorro energético.

La economía circular se basa en los siguientes principios:

Basura = Alimento

En este enfoque desaparece el concepto de basura, desperdicios o residuos. Los productos pueden ser desmontados una vez que dejan de ser útiles, y sus componentes

vuelven a formar parte de los ciclos naturales o industriales con un consumo mínimo de energía. Los nutrientes biológicos estarían compuestos de materiales totalmente biodegradables que podrían regresar a la naturaleza sin problemas y ser integrados en los procesos naturales. Los nutrientes técnicos, principalmente polímeros o aleaciones, que pueden ser reutilizados de manera sencilla y poco costosa en términos energéticos.

Los sistemas naturales más resistentes (capacidad de un sistema para soportar una perturbación, manteniendo su estructura y funcionamiento) y resilientes (capacidad de un sistema para recuperar la estructura y el funcionamiento tras una perturbación) son los ecosistemas que están compuestos por una mayor diversidad de organismos y de interacciones entre los mismos. En el mundo económico se puede aplicar una filosofía parecida, para mejorar la respuesta a las crisis económicas y productivas. Por ejemplo, una empresa que tenga una mayor diversidad de proveedores podría resistir mejor la quiebra de uno de ellos.

Independientemente de la escala, los elementos de un sistema están altamente interrelacionados mostrando, en muchas ocasiones, relaciones no lineales entre ellos. Así cuando diseñamos un sistema debemos entender las interrelaciones dentro de los elementos que lo componen además de los elementos externos.

La economía circular apuesta por un nuevo modelo en el que la tecnología podría ser alquilada por la empresa productora al usuario. El productor iría mejorando cada cierto tiempo el producto usando los componentes de los aparatos que van quedando obsoletos.

Como ocurre en la naturaleza, toda la energía procede de fuentes que se van renovando con el paso del tiempo, fundamentalmente el Sol. La economía circular apuesta por la sustitución de los combustibles fósiles y nucleares por energías renovables.

Los precios deben decir la verdad.

Los precios deben reflejar el coste real del producto para favorecer un consumo racional.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

De nuestro estudio podemos concluir que existe una tendencia creciente al consumo sustentable, esto se ve reflejado en los resultados. De las 129 personas que componen el universo muestral de nuestra encuesta, por lo menos el 64% de los encuestados, manifiestan estar comprometidas con el Consumo Sustentable. Cabe destacar, que nuestros resultados confirman lo planteado por otros Estudios, que consiste en que en nuestro país, se está viviendo una tendencia al alza de este tipo de comportamientos, mayor aceptación social de los mismos y de las personas que los practican, incluso llegando al punto de que este tema ha llegado a estar en la palestra y deba ser una de las principales preocupaciones tanto de las empresas y el País.

Los últimos acontecimiento, relacionados con la colusión y el cambio climático, son indicadores, que debemos, por un lado estar atentos a las malas prácticas de algunas Empresas y hacer pública dichas infracciones y por otro lado, darnos cuenta que somos parte del proceso productivo, responsable por el cambio climático.

Como parte de esta conclusión, señalaremos parte del discurso del Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, el día Mundial del Medio Ambiente, quien advirtió hoy que la humanidad sigue consumiendo más recursos naturales de los que el planeta puede proporcionar de modo sostenible y que muchos de los ecosistemas están llegando a un punto de inflexión crítico.

Añadió que esto se puede lograr modificando los hábitos y consumiendo bienes que requieran menos energía, agua y otros recursos, así como desperdiciando menos alimentos.

Sobre esa premisa, el Titular de la ONU pidió a la gente ser más consciente del impacto ecológico de su comportamiento y pensar más en las consecuencias que tienen para el medio ambiente las elecciones que hacemos.

Por su parte, el Director Ejecutivo del Programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA), Achim Steiner, destacó que la fecha recuerda a todas las personas del planeta que son las decisiones que tomamos cada uno las que modifican el mundo que nos rodea.

Steiner sostuvo que las actuales pautas de consumo y producción no son sostenibles y que son una de las mayores causas del continuo deterioro del medio ambiente mundial.

Para finalizar, podemos decir, si cada uno de nosotros adoptáramos un hábito sustentable, podremos reforzar la esperanza de un mundo mejor para las futuras generaciones. Sólo con conciencia ambiental colectiva podremos construir una sociedad sustentable. El compromiso es de todos. Cada quien en su papel puede colaborar para mejorar estilos de vida y animar al cambio.

Ser consumidor sustentable no es nada del otro mundo. Más bien nos ayuda a formar otro mundo, un mundo mejor.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Agloni, N., & Ariztía, T. (2012). Consumo ético en Chile: una revisión de la investigación existente. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behavior." *Organizational behavior and human decision processes*
- Akatu, I. (2006). "Como e por que os brasileiros praticam o consumo consciente?". Estudio, 7. São Paulo: Instituto Akatu.
- Axelrod y Lehman, (1993) El modelo de Valor, las normas y creencias
- Bamberg, S. and P. Schmidt (2003). "Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis."
- Blasco y Pérez, (2007), Metodología de la Investigación
- Bongiovanni, M. P. (2005). Marketing cultural y responsabilidad social empresarial. *Revista Científica de UCES* , 57-64.
- Bonnes y Bonaiuto, (2002), Orientación a la Sostenibilidad como base para el Comportamiento
- Burns, S. (1995). *Fair trade a rough guide for business*. Londres: Twin.
- Canclini, Nestor Garcia, (2010) . *La Sociedad sin relato*
- Chang, M. K. (1998). "Predicting unethical behavior: a comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior." *Journal of business ethic*
- Cordano, M., S. Welcomer, et al. (2011). "A Cross-Cultural Assessment of Three Theories of Pro-Environmental Behavior A Comparison Between Business Students of Chile and the United States." *Environment and Behavior*
- Corral Verdugo, Víctor, (2012) *Sustentabilidad y Psicología Positiva*
- Corral, Frías & García, (2010). *Sustentabilidad y Psicología Positiva*
- Corral-Verdugo, V. and L. I. Armendáriz (2000). "The "new environmental paradigm" in a Mexican community." *The journal of environmental education*
- David L. Loudon, (1996) . *Comportamiento del Consumidor*

- Dubois, B. y Rovira, A. (1999). "Comportamiento del Consumidor. Comprendiendo al consumidor", Editorial Prentice Hall, España.
- Enrique Ortiz de Mendivil, (2013) , Sostenibilidad del Desarrollo
- Etzioni, Amitai, (1998). Desarrollo de las Organizaciones
- Facultad de Ciencias Sociales e Historia Universidad Diego Portales (2009). (s.f.). Cuestionario 2009 - ENCUESTA ICSO UDP.
- Fernández Franz, D., & Merino Castelló, A. (2005). ¿Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores. Saint Louis University.
- Fernández Gago, R., & Nieto Antolín, M. (2004). "Responsabilidad Social Corporativa: la última innovación en management". Universidad de León.
- Fraj Andrés, E., & Martínez Salinas, E. (2004). Un estudio exploratorio sobre las variables psicográficas que influyen el comportamiento del consumidor ecológico. Revista de economía y empresa , 61-88.
- Fundación Chile (2014) "Guía Comunicación Verde". From <http://www.fch.cl/guia-comunicacion-verde/>
- Fundación Ciudadano Responsable. (2011). "Consumo Sustentable y Educación para el Consumo Responsable". From http://hihm.no/content/download/27666/311954/file/Consumo%20Sustentable%20Chile%20_FCR.pdf
- Hale, J. L., B. J. Householder, et al. (2002). "The theory of reasoned action." The persuasion handbook: Developments in theory and practice
- Hernández, Fernández & Baptista, (2003) , Metodología de la Investigación
- INGLEHART, R. (2001). El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas. Madrid.
- Kerin, Roger A. (2014). "Marketing 11ª Edición", Editorial Mc GrawHill. Madrid.
- Kinner, T. y Taylor, J. (1998). "Investigación de Mercado", Editorial Mc Graw-Hill, Bogotá.
- Lambin, J. J. (1991). "Marketing Estratégico", Editorial Mc Graw-Hill. Madrid.
- Martínez L., Gelcich S & Medina M. (2011). "Percepción sobre ecoetiquetados". *Fischfarming & expert* 33-36.

- Ministerio de Salud y Ambiente de la Nación, Argentina, (2006). “Encuesta Nacional de Jóvenes sobre Consumo Sustentable”. From <http://www.ambiente.gov.ar/.../Encuesta%20jovenes%20-%20gr%20Oficios%20y...>
- MOHR, L. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior.
- Naciones Unidas, (2011). “Camino hacia el consumo sustentable”. From <https://www.un.org/development/desa/es/news/sustainable/sustainable-consumption.html>
- Pérez Bustamante. (2007). “Los Derechos de la Sustentabilidad, Desarrollo, Consumo, Ambiente”, Editorial: Coliguel
- Rodríguez Arias, Pablo Víctor Simón. (2012). ¿Qué debo tener en cuenta cuando Consumo?. FOJUCC – CHILE.
- Roth & Deci, (2009) The Emotional and Academic
- Ryff & Keyes, (1995), The Structure of Psychological
- Sampieri, Roberto H. (2010). “Metodología de la Investigación”, Editorial Mc Graw-Hill. México.
- Santesmases, M. (1997). “Diseño y Análisis de Encuestas en Investigación Social y de Mercados”, Editorial Pirámide. Madrid.
- Schiffman, Leon G. (1997) , Consumer Behavior
- SERNAC. (2013). “CONSUMO SUSTENTABLE – Sernac”. From http://www.sernac.cl/wp.../3ero-medio_lenguaje_Consumo-sustentable.pdt
- Soul Marketing, Gerard Costa Guix, Mónica Casabayo Bonas, 2014)
- Stanton W., Etzel M. y Walter B. (1996). “Fundamentos de Marketing”. Editorial Mc Graw-Hill. México.
- UNAB, IPSOS. (2012). “Estudio Consumo Sustentable UNAB – IPSOS”. From <http://amiental.unab.cl/wp.../Estudio-Consumo-Sustentable-UNAB-IPSOS.pdf>
- Van Hoof, Nestor Monroy, (2008). Producción más Limpia
- WEBB, D. J., MOHR, L. A., & HARRIS, K. E. (2004). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. Journal of Business Research .
- Webster F. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer.

- Woischnik, Alwine. (2014). "Propuesta para un Programa de Consumo y Producción...". From <http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/Prpuesta-para-un-Programa-de-Consumo-y-Produccion-Sustentables.pdf>

ANEXOS

I. ENCUESTA DE CONSUMO SUSTENTABLE

Buenos días/tarde, esta encuesta, tiene por *objetivo* conocer su opinión frente a las principales prácticas de consumo y estilo de vida sustentable. Su duración es de 15 minutos (aprox.). Los invitamos a responder con la verdad, no lo ideal o lo que cree correcto, sino lo que efectivamente hace. La información que nos proporcione es completamente confidencial. Desde ya, muchas gracias por su colaboración.

Instrucción: Marcar con una "X" la celdilla correspondiente y completar cuando corresponda

SECCIÓN 1: ANTECEDENTES GENERALES

1.1 Género.

1.1.1	Hombre	
1.1.2	Mujer	

1.3 Estado Civil

1.3.1	Soltero	
1.3.2	Casado	
1.3.3	Separado Divorciado	
1.3.4	Unión Libre	
1.3.5	Viudo	

1.4.- Nivel de Ingresos del grupo familiar.

1.4.1	0 a \$300.000	
1.4.2	\$301.000 a \$ 500.000	
1.4.3	\$500.001 a \$1.000.000	
1.4.5	\$1.000.001 a \$2.500.000	
1.4.6	Más de \$2.500.001	

1.2.- Nivel Educativo alcanzado.

1.2.1	Básica completa	
1.2.2	Media completa (incluye media técnica)	
1.2.3	Técnico Universitario Incompleto	
1.2.4	Técnico Universitario completo	
1.2.5	Universitario Incompleto	
1.2.6	Universitaria completa	
1.2.7	Postgrado	

1.5.- Número de componentes del núcleo familiar.

1.5.1	1 a 2	
1.5.2	2 a 4	
1.5.3	4 o más	

1.7.- Lugar de procedencia (donde vive actualmente) (especifique).

1.6- Edad.

1.6.1	10 a 20	
1.6.2	21 a 30	
1.6.3	31 a 40	
1.6.4	41 a 50	
1.6.5	51 o más	

1.8- Quien toma la decisión de compra.

1.8.1	Usted	
1.8.2	Pareja	
1.8.3	Ambos	
1.8.4	Otro (especifique)	

SECCIÓN 2: PROCESO DE COMPRA

2.1 ¿Con qué frecuencia realiza usted las siguientes acciones en sus procesos de compra?

Utilice una escala de 1 a 5, donde

		1: Nunca	2: Rara vez	3: Algunas Veces			
		4: Casi siempre	5: Siempre	NS/NR(No sé , no responde)			
Práctica		1	2	3	4	5	NS/NR
2.1.1	Planifica las compras de Vestuario						
2.1.2	Planifica las compras de Alimentos						
2.1.3	Se informa de las prácticas ambientales. (ej. Tratamiento de residuos)						
2.1.4	Se informa de las Prácticas Sociales de la Empresa. (Ejem. Trabajo Comunidad, Fundaciones)						
2.1.5	Lee el rótulo del producto antes de decidir la compra						
2.1.6	Comprende la rotulación actual de los productos						
2.1.7	Reconoce en la composición de los productos aspectos reciclables o biodegradables						
2.1.8	Se siente confundido por un exceso de información.						
2.1.9	Para ir de compras, usa bolsas de tela en lugar de bolsas de plástico						
2.1.10	Decide su compra, sólo en función del precio						
2.1.11	Compra Productos con certificación ambiental						
2.1.12	Compra productos orgánicos (libre de químicos dañinos para la salud).						
2.1.13	Opta por productos con material reciclado. (ej. vidrio)						
2.1.14	Opta por productos biodegradables. (ej. Bio-plásticos)						
2.1.15	Compra pilas y baterías recargables.						
2.1.16	Compra lo justo que necesita en número y/o tipo de productos.						
2.1.17	Compra productos de envases grandes o granel.						
2.1.18	Compra productos eficientes en términos energéticos. (Ejem. ampollitas de ahorro energético)						

2.1.19	Compra en locales comerciales que realizan un esfuerzo mejorar su impacto medioambiental. (Ejem. ejemplo, bolsas reutilizables)						
2.1.20	Sigue las instrucciones de uso y/o funcionamiento de los productos adquiridos.						
2.1.21	Deja de comprar a una empresa y/o un producto, en represalia al impacto negativo que causa en el medioambiente.						
2.1.22	Recomienda productos y prácticas sustentables a mis amigos/familiares, otras personas de mi entrono.						

SECCIÓN 3: COSTO V/S BENEFICIO

3.1 ¿Pagaría más por un producto que cuida el medio ambiente?

- a) Sí.
- b) No.

3.2 Asumiendo que el precio y la calidad son lo mismo, si se cumplen las características señaladas. ¿Cuánto más pagaría por un producto?

1. Entre 0% y 10% más del precio original.
 2. Entre 11% y 20% más del precio original.
 3. Entre 21% y 30% más del precio original
 4. Entre 31% y 40% más del precio original.
 5. Más del 41% del precio original.
- NS/NR. No sé , no responde

Características		1	2	3	4	5	NS/NR
3.2.1	Que el producto o servicios, tenga un sello que garantice la protección medioambiental.						
3.2.2	Que el producto o servicio, tenga un sello que garantice buenas condiciones de trabajo.						
3.2.3	Que la empresa tenga una buena relación con la comunidad en que está inserta.						
3.2.4	Que durante su producción, los animales no hayan sido maltratados.						
3.2.5	Que el producto sea chileno.						
3.2.6	Que la marca del producto sea conocida.						
3.2.7	Que el producto sea orgánico.						
3.2.8	Que la Empresa sea pequeña. (pyme)						
3.2.9	Que la Empresa utilice fuentes alternativas de energía						
3.2.10	Que la Empresa cuente con puntos verdes o reciclaje						
3.2.11	Que la Empresa se haga cargo de los desechos y/o residuos.						
3.2.12	Que el producto sea ecológico.						

SECCIÓN 4: ESTILO DE VIDA

4.1 ¿Con qué frecuencia realiza usted las siguientes acciones en su vida diaria?

Utilice una escala de 1 a 5, donde

1: Nunca	2: Rara vez	3: Algunas Veces
4: Casi siempre	5: Siempre	NS/NR(No sé , no responde)

Prácticas		1	2	3	4	5	NS/NR
4.1.1	Desenchufa los aparatos eléctricos cuando no los está usando.						
4.1.2	Espera que los alimentos se enfrien antes de guardarlos en el refrigerador.						
4.1.3	Evita dejar las luces encendidas en ambientes desocupados.						
4.1.4	Prefiere la calefacción eléctrica o gas.						
4.1.5	Compra leña certificada.						
4.1.6	Reutiliza productos desechables (botellas, envases)						
4.1.7	Reutiliza los alimentos no consumidos.						
4.1.8	Realiza mantenimiento preventivo a los sistemas de calefacción.						
4.1.9	Corta el agua mientras se lava los dientes.						
4.1.10	No deja corriendo el agua cuando lava (loza, auto, otro)						
4.1.11	Separa la basura (papel, vidrio, latas) de su hogar para reciclaje.						
4.1.12	Separa productos contaminantes de la basura. (ejemplo: pilas)						
4.1.13	Separa los restos de fruta, verduras.						
4.1.14	Produce abono con los restos orgánicos. (frutas, hojas) (compostaje)						
4.1.15	Guarda los desechos de basura cuando sale o viaja.						
4.1.16	Repara un aparato electrónico cuando se echa a perder.						
4.1.17	Conduce Automóvil.						
4.1.18	Para distancias cortas (menos de 5 cuadras), prefiere caminar o usar bicicletas.						
4.1.19	Comparte el automóvil						
4.1.20	Conduce de tal manera que el consumo de combustible sea el mínimo.						
4.1.21	Se abstiene de usar el automóvil en días muy contaminados.						

Gracias.

II. NORMAS, ESTÁNDARES Y AUTORREGULACIÓN NACIONAL

En el informe de Consumo Sustentable y Educación para el Consumo Responsable, realizado por Fundación Ciudadano Responsable, 2011, se realizó un mapeo de las principales normativas nacionales relevantes en materia de consumo sustentable

Por normativa del consumo sustentable en Chile se comprenderán todas las leyes, decretos (D), decretos con fuerza de ley (DFL), decretos supremos (DS), normas chilenas (NCh), resoluciones (Res.) y circulares producidas desde la institucionalidad pública, que hacen alusión, al menos en algún párrafo, artículo o apartado a temáticas relacionadas con los puntos identificados con antelación.

(a) **Normativas de Consumo.:** En Chile el organismo encargado de mediar en los conflictos de consumo, y de hacer valer los derechos y deberes de los consumidores es el Servicio Nacional del consumidor (SERNAC). Está entidad pública, bajo el alero del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, es responsable de cautelar y promover los derechos del consumidor, los cuales se encuentran especificados en la Ley sobre protección de los derechos del consumidor (19.496), promulgada en 1997 y modificada por última vez el año 2005.

Normativa	Año	Organismo	Descripción	
Ley del consumidor 19.496	1997-2005	Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)	Artículo 3°	d) La seguridad en el consumo de bienes y servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarle; f) La educación para un consumo responsable y el deber de celebrar operaciones de consumo con el comercio establecido.

			Artículo 28°	f) Comete infracción a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de anuncio publicitario induce error o engaño su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable y reutilizable.
--	--	--	--------------	---

Tabla N°27: Normativas relacionadas con el Consumo

(b) Normativas para la producción sustentable. : En forma adicional a las normativas expresas sobre consumo, es posible encontrar un buen número de normativas vinculadas a temas de producción sustentable. En este apartado se destacan 7 normativas que, a través de diversas acciones, se hacen cargo de incentivar y reglamentar ciertas prácticas de producción orientándolas hacia modalidades sustentables.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
Reglamento de la ley 20.412	1960-2010	Ministerio de Agricultura	Establece un sistema de incentivos para sustentabilidad Agroambiental de los suelos Agropecuarios.
D 40	2009	Ministerio de Agricultura	Crea consejo ambiental para dar orientaciones ambientales específicas y adaptadas a la realidad del sector, con el objeto de asegurar la debida consideración del principio de sustentabilidad en el uso de los recursos naturales.
Res: 1334 Exenta; 32 Exenta; 1426 Exenta; 2462 Exenta.	2005-2009	Ministerio de Economía Fomento y reconstrucción/ Subsecretaría de Economía, Fomento y reconstrucción/	Aprueba norma de etiquetado de Eficiencia Energética para refrigeradores; lámparas; motores trifásicos; balastos.

		Superintendencia de Electricidad y combustibles.	
D 89	2009	Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	Aprueba reglamento del Centro de Energías Renovables, para contribuir al fortalecimiento de la matriz energética nacional.
Ley 18410	1985-2010	Ministerio de Economía	Crea la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) para fiscalizar, supervigilar y verificar las operaciones y el uso de los recursos energéticos no constituyan peligro para las personas o cosas.
Ley 20.089	2006	Ministerio de Agricultura, Servicio Agrícola y Ganadero (SAG)	Aprueba creación de sistema nacional de certificación de productos orgánicos agrícolas.
Res. 365	2002	Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Instituye premio nacional de buenas prácticas urbanas. Incluye el manejo ambiental urbano, orientado a dar expresión al principio de sustentabilidad ambiental al desarrollo urbano y territorial.

Tabla N°28: Normativas para la Producción Sustentable

(c) Normativa medioambiental.: A diferencia de las normativas planteadas en la sección anterior, las cuales se centran en impulsar prácticas sustentables en la esfera productiva, existen también un vasto cuerpo de normativas orientadas a regular los efectos negativos de la producción sobre el medio ambiente. En este acápite distinguimos las iniciativas legislativas que regulan las externalidades negativas asociadas a las prácticas industriales en relación a su entorno y funcionamiento.

Tras una extensa revisión de fuentes ligadas a la producción y desarrollo sustentable, se logró acceder a 121 normativas medioambientales que, de alguna u otra manera, interactúan con el sector productivo e industrial chileno.

Dada la abundancia de estas regulaciones, y la diversidad de campos a los que hacen referencia, consideramos pertinente elaborar una segmentación en función de las prácticas que norman. Es así como se diferencian 8 ámbitos de intervención.

(c.1) Ley general de bases del medio ambiente y sus reglamentos.

La ley 19.300, ley general de bases del medio ambiente puesta en marcha en 1994, clarifica que todo ciudadano tiene el derecho a vivir en un medio ambiente libre de contaminación. Para lograr este cometido, consta de diversos artículos centrados en la protección del medio ambiente, la preservación de la naturaleza y la conservación del patrimonio ambiental. A su vez, esta ley se complementa con 4 reglamentos, los cuales se hacen cargo de ámbitos tales como: Normas de calidad ambiental y de emisión; Procedimiento y etapas para establecer Planes de Prevención y de Descontaminación; Sistema de evaluación de impacto ambiental; y por último, Reglamenta la constitución del Consejo Consultivo de la Comisión Nacional y de las Comisiones Regionales del Medio Ambiente.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
Ley 19.300	1994	Secretaría General de la Presidencia	Ley de Bases del Medio Ambiente. Modificado por Ley 19.372/1995.
DS 93	1995	Secretaría General de la Presidencia	Reglamento para la Dictación de Normas de Calidad Ambiental y de Emisión.
DS 94	1995	Secretaría General de la Presidencia	Reglamento que fija el procedimiento y etapas para establecer Planes de Prevención y de Descontaminación.
DS 30	1997	Secretaría General de la Presidencia	Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental. Modificado por DS 131/1998.
DS 166	1999	Secretaría General de la Presidencia	Dicta nuevo reglamento del Consejo Consultivo de la Comisión Nacional y de las Comisiones Regionales del Medio Ambiente.

Tabla N°29: Ley general de bases del medio ambiente y sus reglamentos.

(c.2) Residuos industriales líquidos.

Sobre disposiciones: relativas al agua (tratamientos y evacuaciones); regulaciones de contaminantes asociados a descarga de residuos líquidos a aguas marinas, continentales y alcantarillado; tratamiento y descarga de Riles (aguas residuales); y la creación de la Superintendencia de Servicios Sanitarios, responsable de fiscalizar y vigilar estas problemáticas, hay 14 normas.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
Ley 19.821	2002	Ministerio de Obras Públicas	Modifica ley N° 18.902, que creo la Superintendencia de Servicios Sanitarios, y deroga la Ley N° 3.133 (de 1916) sobre neutralización de residuos provenientes de establecimientos industriales.
Ley 18.902	1990	Ministerio de Obras Públicas	Crea la Superintendencia de Servicios Sanitarios y le otorga la facultad de control de Rieles en Artículo 2. Modificada por Ley N° 19.549 de 1998, establece sanciones a Establecimientos Industriales por causas que señala en Art.11.
DFL 725	1967	Ministerio de Salud	El Código de Salud establece, en los artículos 69 a 76 del Libro Tercero "De la Higiene y Seguridad del Ambiente y de los Lugares de Trabajo", disposiciones relativas a las aguas y sus usos sanitarios.
DFL 1	1989	Ministerio de Salud	Determina materias que requieren autorización sanitaria expresa. (N° 22: Funcionamiento de obras destinadas a evacuación, tratamiento o disposición final de desagües, aguas servidas y rieles.)
DS 90	2001	Comisión Nacional del Medio Ambiente: CONAMA	Establece la norma de emisión para la regulación de contaminantes asociados a las descargas de residuos líquidos a aguas marinas y continentales

		(Ministerio de salud)	superficiales. Establece la concentración máxima de contaminantes permitida para residuos líquidos descargados por las fuentes emisoras, a los cuerpos de aguas marinos y continentales superficiales en todo el territorio nacional.
DS 609	1998	Ministerio de Obras Publicas	Establece Norma de Emisión para la regulación de contaminantes asociados a la descarga de residuos industriales líquidos a sistemas de alcantarillado. Modificado por DS 3.592/2000.
DS 1	1992	Ministerios de Defensa	Reglamento para el control de la contaminación acuática.
----	1992	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Norma provisoria que regula las descargas de rieles a aguas subterráneas.
NCh 1.333	1978		Requisitos de calidad de agua para diferentes usos.
Res. 1.841	2002	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Establece nueva fecha respecto de norma DS. SEGPRES N° 90. Industriales suscritos a Acuerdos de Producción Limpia (APL) en materia del control de residuos líquidos, quedan excluidos de realizar este trámite en razón de que estos acuerdos también apuntan a comprometerlos, con el cumplimiento de la normativa, mediante un calendario de trabajo.
Res. 1.248	1998	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Aprueba contenido informe técnico de la concesionaria.
Res. 1.239	1998	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Aprueba guía para la elaboración de proyectos de tratamientos de rieles.

Res. 2.327	2000	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Hace extensiva Norma Provisoria SISS que regula Descargas de Rieles a Aguas Superficiales a los concesionarios de servicio público de disposición de aguas servidas.
Res. 1.124	2001	Superintendencia de Servicios Sanitarios	Procedimiento para la clasificación del establecimiento industrial.

Tabla N°30: Normativas relacionadas con los Residuos industriales líquidos.

(c.3) Contaminación Atmosférica.

Estas 38 normativas se hacen cargo de: Calidad del aire; Emisiones atmosféricas; Declaración y compensación de emisiones; Medición y análisis de emisiones; Declaración de zonas saturadas; Planes de prevención y descontaminación.

De este modo, las regulaciones y medidas asociadas a temáticas circunscritas a la contaminación atmosférica representan un 31, 4% de las normas ambientales recogidas en este documento.

Tipo de Normativa	Normas	Temas Considerados
Calidad del Aire	DS 4(1991), DS 59 (1998), DS 136 (2001), Res. 1.215 (1978), Res. 369 (1988).	Normas calidad del aire material sedimentado, plomo, material particulado, normas sanitarias mínimas, límites de la calidad del aire, formas de medición de la calidad del aire.
Emisiones Atmosféricas	DS144 (1961), DS100 (1990), DS32 (1990), DS185 (1991), DS4 (1992), DS811 (1993), DS1.583 (1993), DS1.905 (1993), DS165 (1998), DS167 (1999), Res.5.163 (1999), Res.700 (1999).	Establece normas de emisión de material particulado y contaminación.
Declaración y Compensación de Emisiones	Res. 5.027 (1994), DS812 (1995), Res. 5.155 (1999).	Establece procedimiento de declaración de emisiones para distintos lugares.

Medición y Análisis de Emisiones.	DS 2.467 (1993), Res.1.349 (1997), Res.535 (1999), Res.559 (1999), Res.752 (2000).	Aprueba reglamento de medición y análisis de emisiones atmosféricas provenientes de distintas fuentes.
Declaraciones de Zona Saturada.	DS185 (1991), DS346 (1993), DS1.162 (1993), DS255 (1993), DS179 (1994), DS 131(1996), DS18 (1997).	Procedimiento para la calificación de establecimiento industrial.
Planes de Prevención y Descontaminación.	DS132 (1993), DS 180 (1994), Res.1.165 (1996), DS16 (1998), DS179 (1999).	Establece Plan de Prevención y Descontaminación atmosférica para distintas zonas del país.

Tabla N° 31: Normativas relacionadas con la Contaminación Atmosférica.

(c.4) Residuos industriales sólidos.

A través de 10 normas se reglamenta el espectro sanitario de desperdicios y basura; La instalación, obras y lugares destinados a la acumulación, tratamiento y disposición final de residuos; la prohibición de incineraciones de residuos en radios urbanos; las condiciones sanitarias mínimas; las operaciones de basurales; y un sistema de seguimiento y declaración de desechos de esta índole.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
DFL 725	1967	Ministerio de Salud	Código Sanitario. (Artículos 78 a 81: de los desperdicios y basuras).
DFL 1	1989	Ministerio de Salud	Determina materias que requieren autorización sanitaria expresa. (N° 22, 25, 26,40 y 44: Instalaciones, obras y lugares destinados a la acumulación, tratamientos y disposición final de residuos.
DS 4.740	1947	Ministerio del Interior	Normas sanitarias mínimas municipales.

DS 144	1961	Ministerio de Salud	Establece normas para evitar emanaciones o contaminantes atmosféricos de cualquier naturaleza. (Artículo 6: Prohíbe dentro del radio urbano de las ciudades, la incineración libre de hojas secas, basuras, u otros desperdicios.)
DS 685	1992	Ministerio de RR.EE.	Convenio de Basilea, que establece el control de los movimientos transfronterizos de desechos peligrosos.
DS 594	2000	Ministerio de Salud	Establece condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo. (Artículos 16 a 20: De la disposición de residuos industriales líquidos y sólidos) Modificado por DS 201/2001.
Res. 7.077	1976	Ministerio de Salud	Prohíbe incineración como método de eliminación de residuos sólidos de origen doméstico e industrial en determinadas comunas de la Región Metropolitana.
Res. 7.539	1976	Ministerio de Salud	Normas mínimas para operación de basurales en Santiago.
Res. 3.276	1977	Ministerio de Salud	Trasporte de desechos orgánicos provenientes de lugares de fabricación y/o elaboración de alimentos, susceptibles a ser empleados en la crianza y engorda de animales.
Res. 5.081	1993	Servicio de Salud Metropolitano del Ambiente (SESMA).	Establece sistema de declaración y seguimiento de desechos sólidos industriales, en la Región Metropolitana.

Tabla N°32: Normativas relacionadas con los Residuos industriales sólidos.

(c.5) Sustancias peligrosas.

En un primer nivel, el código sanitario (Decreto con fuerza de ley N° 725), en sus artículos del 90° al 93°, identifica las sustancias tóxicas y peligrosas para la salud, documento que sirve de base para posteriores decretos asociados a este tipo de elementos.

Sobre el manejo de sustancias peligrosas se identifican dos nichos legislativos importantes: por un lado se especifican normativas encausadas a regular el transporte, embalaje/envasado, manipulación, rotulación, acumulación y refinamiento de materiales, por ejemplo, del tipo radioactivos, combustibles líquidos, inflamables, explosivos, etc. Por el otro, se manifiestan regulaciones específicas a los pesticidas y plaguicidas, tanto en su uso y rotulado, como en su importación.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
DFL 725	1967	Ministerio de Salud.	Código sanitario. (Artículos 90 a 93: De las sustancias tóxicas o peligrosas para la salud.)
DS 12	1985	Ministerio de Minería.	Reglamento para el transporte seguro de materiales radioactivos.
DS 298	1994	Ministerio de Transporte y telecomunicaciones.	Reglamenta transporte de cargas peligrosas por calles y caminos. Modificado por DS 198/2000.
DS 379	1994	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Reglamento sobre requisitos mínimos de seguridad para el almacenamiento y manipulación de combustibles líquidos derivados del petróleo, destinados al consumo propio.
DS 90	1996	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Reglamento de seguridad para el almacenamiento, refinación, transporte y expendio al público de combustibles líquidos derivados del petróleo.
DS N 105	1998	Ministerio de Salud	Reglamento de empresas aplicadoras de pesticidas de uso doméstico y sanitario.
DS 594	2000	Ministerio de Salud	Establece condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo. (Artículo 42: Establece condiciones de almacenamiento de sustancias peligrosas). Modificado por DS 201/2001.
DS 656	2001	Ministerio de Salud	Prohíbe el uso de asbesto en productos que indica.
Res. 1.899	1999	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establece la obligación de declarar al Servicio Agrícola y Ganadero la

			existencia de plaguicidas caducados.
Res. 3.670	1999	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establece normas para la autorización de plaguicidas de uso agrícola.
Res. 3.671	1999	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establece muestreo y análisis de todos los plaguicidas de uso agrícola que se importen al país y de aquellos formulados en Chile, antes de su comercialización.
Res. 1.315	2000	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establece normas para ingreso de muestras de plaguicidas para ensayo o experimentación.
Res. 2.195	2000	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establecen los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los envases de los plaguicidas de uso agrícola.
Res. 2.196	2000	Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).	Establece clasificación toxicológica de plaguicidas de uso agrícola.
NCh 383	1955	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Medidas de seguridad en almacenamiento de explosivos.
NCh 385	1955	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Medidas de seguridad en el transporte de materiales inflamables y explosivos.
NCh 387	1955	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Medidas de seguridad en el empleo y manejo de materias inflamables.
NCh 391	1960	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Medidas adicionales de seguridad en el transporte en camiones de explosivos y materias inflamables.
NCh 758	1971	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Sustancias peligrosas - Almacenamiento de líquidos inflamables - medidas particulares de seguridad.
NCh 389	1972	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Sustancias peligrosas - Almacenamiento de sólidos, líquidos y gases inflamables - medidas particulares de seguridad.
NCh 1411/4	1978	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Prevención de riesgos - Parte 4: Identificación de riesgos de materiales.

NCh 2137	1992	Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.	Sustancias peligrosas – Embalajes/Envases – Terminología, clasificación y designación.
NCh 2190	1993	Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.	Sustancias peligrosas – Marcas para información de riesgo.
NCh 2245	1993	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Hoja de datos de productos químicos – Contenido y disposición de los temas.
NCh 2353	1996	Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.	Sustancias peligrosas – Transporte en carretera – Hoja de datos de seguridad.
NCh 382	1998	Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.	Sustancias peligrosas – Terminología y clasificación general.
NCh 2120/1 al 9	1998	Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.	Sustancias peligrosas – Partes 1 a 9: Clase 1 a 9.

Tabla N°33: Normativa relacionadas con el manejo de Sustancias peligrosas.

(c.6) Externalidades particulares.

Sobre este tipo de contaminación se distinguen 3 normativas, cada una de las cuales se hace cargo de problemáticas ambientales distintas: normativas de emisión de ruidos molestos generados por fuentes fijas; normas de emisión de contaminación lumínica (emisión de flujo luminoso de fuentes artificiales nocturnas en intensidades, direcciones, rangos espectrales u horarios innecesario); y por último, regulaciones a las instalaciones de servicios de telecomunicaciones que generan ondas electromagnéticas.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
DS 146	1997	Secretaria General de la Presidencia	Establece norma de emisión de ruidos molestos generados por fuentes fijas, elaborada a partir de la revisión de la norma de emisión contenida en el DS 286 DE 1984.
DS 686	1998	Secretaria General de la Presidencia	Establece norma de emisión para la regulación de la contaminación lumínica.

Res. 505	2000	Subsecretaría de Telecomunicaciones	Fija norma técnica sobre requisitos de seguridad aplicable a la instalación de servicios de telecomunicaciones que generan ondas electromagnéticas.
----------	------	-------------------------------------	---

Tabla N°34: Normativa relacionada con las Externalidades particulares.

(c.7) Radiación industrial.

Fueron halladas 7 normativas que regulan el radio espacial para la instalación de centros productivos e industriales. Es así como estos decretos establecen permisos y patentes específicas para las actividades que se desarrollan, así como permisos de edificación conformes al sistema de evaluación de impacto ambiental.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
DL 3063	1979	Ministerio del Interior	Ley de Rentas Municipales. (Establece las patentes municipales correspondientes a la actividad económica que desarrolla).
DFL 725	1967	Ministerio de Salud	Código Sanitario (Artículo 83: Exige un informe sanitario previo al otorgamiento de la patente).
DFL 458	1975	Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Ley General de Urbanismo y construcciones. (Establece permisos de edificación y recepción definitiva de obras, así como el congelamiento de los terrenos cuyo uso no se conformare con el Plan Regulador).
DFL 1	1989	Ministerio de Salud	Determina materias que requieren autorización sanitaria expresa.
DS 30	1997	Secretaría General de la Presidencia	Reglamento del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.
DS 75	2001	Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Nueva Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones. (Define la calificación industrial).

Circular 95	1999	Secretaría Regional Ministerial, Región Metropolitana, Ministerio de Vivienda y Urbanismo	Pauta de Referencia de Calificación de Actividades de Carácter Industrial.
-------------	------	---	--

Tabla N°35: Normativa relacionada con la Radiación industrial.

(c.8) Seguridad y salud ocupacional.

Uno de los elementos incluidos en el concepto de consumo sustentable es la consideración de las condiciones laborales bajo las cuales se produjeron y elaboraron los distintos bienes y servicios. En esta línea, encontramos 17 normativas y reglamentos dirigidos a garantizar la seguridad y salud de los trabajadores.

Más en específico, estas legislaciones buscan regular aspectos como la higiene y seguridad de los lugares de trabajo, la prevención de riesgos profesionales, las condiciones ambientales básicas, etc.

Normativa	Año	Organismo	Descripción
Ley 16.744	1968	Ministerio del Trabajo.	Ley sobre Accidentes del Trabajo y Enfermedades Profesionales.
DFL 725	1967	Ministerio de Salud.	Código Sanitario. (Artículos 82 a 88: De la higiene y seguridad en los lugares de trabajo).
DS 40	1969	Ministerio del Trabajo.	Reglamento sobre Prevención de Riesgos Profesionales. Modificado por el DS 95/1995.
DS 54	1969	Ministerio del Trabajo.	Reglamento para la Constitución y Funcionamiento de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad.
DS 133	1984	Ministerio de Salud.	Reglamento sobre autorizaciones para instalaciones radioactivas o equipos generadores de radiaciones ionizantes, personal que se desempeña en ellas, u

			opere tales equipos y otras actividades.
DS 3	1985	Ministerio de Salud.	Reglamento de protección radiológica e instalaciones radioactivas.
DS 48	1984	Ministerio de Salud.	Reglamento de Calderas y Generadores de Vapor (/84 del Ministerio de Salud).
DS 91	1984	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Oficializa NCh. Elec. 10/1984 que establece trámite para la puesta en servicio de una instalación interior.
DS 72	1985	Ministerio de Minería.	Reglamento de Seguridad Minera.
DS 369	1996	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Reglamento de Normas sobre Extintores Portátiles.
DS 222	1996	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Reglamento de Instalaciones Interiores de Gas.
DS 594	2000	Ministerio de Salud.	Establece condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo. Modificado por DS 201/2001.
NCh 388	1955	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Prevención y extinción de incendios en almacenamientos de materias inflamables y explosivas.
NCh 1432/1 al 4	1995	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Extintores Portátiles - Pruebas de Fuego.
NCh 1430	1997	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Extintores Portátiles - Clasificación y Rotulación.
NCh 2111	1999	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Protección contra incendio - Señales de seguridad.

NCh 2056	1999	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	Extintores Portátiles - Inspección, mantenimiento y recarga - Recargas generales.
----------	------	---	---

Tabla N°36: Normativa relacionada con la Seguridad y salud ocupacional.

III. ECOETIQUETADO

El ecoetiquetado está definido como los sellos que hacen referencia a la aplicación de estándares ambientales a través de organismos públicos o privados, a diferentes categorías de productos, con objetivos tales como: i) mejorar ventas; ii) mejorar la imagen de un producto; iii) informar a los consumidores responsables; iv) proporcionar información exacta de los procesos; y v) estimular a los productores para que tomen en cuenta el impacto ambiental de sus productos (van Hoof, Monroy, & Saer, 2008).

Según la FAO, las ecoetiquetas son sellos de aprobación que se les pone a aquellos productos que causan sobre el medio ambiente un impacto menor que el de los productos competitivos similares. La función básica de la información de la etiqueta en el lugar de venta, es vincular al producto con su proceso productivo. La división de las marcas de calidad medioambiental establece tres grandes grupos:

1. **Ecoetiquetas oficiales:** certificadas por un organismo público o de prestigio reconocido, que acredita el cumplimiento de los criterios ecológicos y que se aplican a todo el ciclo de vida del producto.
2. **Privadas y auto-declaraciones:** designadas por entidades privadas nacionales e internacionales, basándose en la normativa ecológica.
3. **Auto-declaraciones ambientales:** designadas por propio fabricante y sin verificación técnica.

NORMA ISO 14000

La ISO 14000 es una serie de normas internacionales para la gestión medioambiental. Es la primera serie de normas que permite a las organizaciones de todo el mundo realizar esfuerzos medioambientales y medir la actuación de acuerdo con unos criterios aceptados internacionalmente.

Dichas normas son un conjunto de documentos de gestión ambiental orientados a mejorar el comportamiento medioambiental de las empresas y generar oportunidades de nuevos mercados por medio de una sistematización de los procesos en términos de desempeño ambiental y la utilización de estándares voluntarios, sin obligación legal, pudiendo incluir metas cuantitativas en cuanto a niveles de emisiones o métodos específicos de medir esas emisiones

Esta norma está compuesta de 6 elementos, asociados a un número de identificación detallados de la siguiente manera:

- Sistemas de Gestión Ambiental
 - 14.001 Especificaciones y directivas para su uso
 - 14.004 Directivas generales sobre principios, sistemas y técnica de apoyo.
- Auditorías Ambientales
 - 14.010 Principios generales
 - 14.011 Procedimientos de auditorías, Auditorías de Sistemas de Gestión Ambiental
 - 14.012 Criterios para certificación de auditores.
- Evaluación del Desempeño Ambiental
 - 14.031 Lineamientos
 - 14.032 Ejemplos de Evaluación de Desempeño Ambiental
- Análisis del Ciclo de Vida
 - 14.040 Principios y marco general
 - 14.041 Definición del objetivo, ámbito y análisis del inventario
 - 14.042 Evaluación del impacto del Ciclo de Vida
 - 14.043 Interpretación del Ciclo de Vida
 - 14.047 Ejemplos de la aplicación de ISO 14042
 - 14.048 Formato de documentación de datos del análisis
- Etiquetas Ambientales
 - 14.020 Principios generales
 - 14.021 Tipo II
 - 14.024 Tipo I

- 14.025 Tipo III
- Términos y Definiciones
 - 14050 Vocabulario

Ecoetiquetado en la serie ISO 14000

La serie ISO 14000, cuenta con tres clasificaciones de ecoetiquetas:

Etiquetado ecológico Tipo I. Reglamentada por la norma ISO 14024, también conocidas como ecoetiquetas, son sistemas voluntarios de calificación ambiental que identifican y certifican que ciertos productos o servicios tienen una menor afección sobre el medio ambiente.

Básicamente, una ecoetiqueta es una etiqueta que identifica las preferencias globales de un producto dentro de una categoría de producto basada en sus impactos ambientales potenciales en su ciclo de vida. De esta manera se reconocen las principales características medioambientales del producto de manera más sencilla que la cuantificación medioambiental de datos. Por su sencillez suelen dirigirse a la comunicación "Negocio a Consumidor" (B2C).

Las ecoetiquetas son otorgadas por una tercera parte imparcial, que ejerce como entidad certificadora. Los productos ecoetiquetados satisfacen importantes criterios medioambientales.

Etiquetado ecológico Tipo II. Reglamentada a través de la norma ISO 14021, existen muchas empresas y asociaciones que utilizan motivos relacionados con la naturaleza, la protección del medio ambiente, etc., sin embargo, en muchos casos esta información no es del todo cierta, o bien, no queda suficientemente clara a qué parte o partes del proceso de fabricación, o de la materia prima, o de la distribución son las que son rigurosas con el medio ambiente.

Se tratan de autodeclaraciones informativas de aspectos ambientales de productos para considerarlos como productos ecológicos. Son realizadas por el propio fabricante en

forma de textos, símbolos o gráficos y exigen la responsabilidad de cumplimiento del contenido de la información, tales como etiquetas en el producto en el envase, literatura del producto, boletines técnicos, avisos, publicidad, “telemarketing”, medios digitales o electrónicos e Internet.

Este tipo de declaraciones no requieren, aunque es recomendable, una verificación o certificación de una tercera parte independiente.

Los requisitos principales que deben de cumplir este tipo de símbolos son que deben ser simples, deben distinguirse fácilmente de otros símbolos y no deben utilizarse símbolos de objetos naturales, a no ser que exista una relación directa y verificable entre el objeto y la ventaja declarada.

Etiquetado ecológico Tipo III. Definida por la norma ISO 14025, conocida como las declaraciones ambientales. Éstas proporcionan información cuantitativa muy detallada basada en indicadores. Proveen información sobre los contenidos del producto basada en verificación independiente usando índices predefinidos.

Por último, existe un cuarto tipo el cual, a diferencia de los tres anteriores, no tiene una norma ISO asociada. Este ecoetiquetado se enfoca en un producto o sector específico y se basa en una etapa del ciclo de vida del producto, son terceras partes quienes otorgan la certificación. Ejemplos son Comercio Justo y Rainforest Alliance.



Figura N°21: Clasificación de Ecoetiquetado en la serie ISO 14000

ECOETIQUETAS TIPO I	ECOETIQUETAS TIPO II	ECOETIQUETAS TIPO III
 <p>El Cisne Blanco: Suecia, Noruega, Islandia Finlandia y Dinamarca</p>	 <p>Reciclable Indica que un producto es reciclable</p>	 <p>Declaración Ambiental AUB: Alemania</p>
 <p>El Ángel Azul: Alemania</p>	 <p>Contenido de Reciclado</p>	
 <p>Etiqueta Ecológica de la Unión Europea</p>	 <p>Gestión de envases</p>	 <p>Declaración Ambiental EPD Suecia</p>
 <p>AENOR Medio Ambiente: Asociación Española de Normalización</p>		

Figura N°22: Ejemplo de Ecoetiquetado en la serie ISO 14000

Tres aspectos a tener en cuenta a la hora de incorporar las ecoetiquetas:

1. Desde el punto de vista del marketing ecológico el ecoetiquetado tiene la función de identificar el producto y, por otro lado, ser un elemento de comunicación, ya que informa sobre los aspectos medioambientales del mismo y mejora la imagen medioambiental de la empresa.
2. El proceso de ecoetiquetado también genera un coste adicional para los empresarios al iniciar un proceso de certificación de estas características. Pero, en cualquier caso, parece que las ventajas derivadas de la introducción de un sistema de ecoetiquetado superan los costes inherentes al mismo.
3. El éxito o fracaso del proceso del ecoetiquetado depende, en última instancia, de la aceptación de estos productos por parte del consumidor final.

IV. SUSTENTABILIDAD EN LA UNIVERSIDAD DEL BIO-BIO

En el marco del programa de Rectoría de la Universidad del Bío-Bío y su compromiso con la política gubernamental, el año 2012, se ratifica la firma del Acuerdo de Producción Limpia (APL) “Campus Sustentable”, dicha iniciativa está a cargo del Departamento de Normalización y Certificación de la Vicerrectoría de Asuntos Económicos.

Los ámbitos de acción que aborda el APL son:

- Compromiso por la sustentabilidad
- Presencia de las materias de sustentabilidad en el currículo académico
- Implementación de programas de extensión en materias de sustentabilidad
- Desarrollo de proyectos de investigación en materia de sustentabilidad
- Formación de capacidades relacionadas con materias de sustentabilidad
- Medición y cálculo de la huella de carbono a nivel corporativo
- Reducción del consumo de energía de las instalaciones adheridas
- Reducción del consumo de agua por persona
- Manejo integral de los residuos líquidos.
- Implementación de medidas preventivas para minimizar los riesgos laborales

A continuación se mostrarán algunas Tlps enviados a la Comunidad Universitaria, con el objetivo de informar y educar:

5 TIPS PARA UTILIZAR DE FORMA SUSTENTABLE PAPEL EN TÚ OFICINA

1	Evite Imprimir , Procure usar y distribuir sus documentos en formato digital siempre.	
2	Use Letra más pequeña, En lugar de imprimir textos en letra 14, cambiar a letra 11 que ahorra espacio y hoja.	
3	Imprima ambas caras, Utilice los dos lados del papel cada vez que envíe a imprimir o reutilice aquellas hojas impresas por una cara y que no se usen.	
4	Compre Papel Reciclado, Suele tener un color más oscuro, pero a fin de cuentas sirve igual que el papel blanco.	
5	Imprima la Versión Final , Si imprimir es inevitable, revise muy bien el documento para no repetir la impresión.	



Figura N°23: 5 Tips para utilizar en forma Sustentable el Papel en Tú oficina

5 TIPS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

1	Apaga la pantalla del Computador Si sales por más de 10 minutos.	
2	No Olvides Apagar la Impresora al final de la Jornada .	
3	Apaga la Luz cuando salgas y usa ampolletas de bajo consumo.	
4	Evita el consumo Vampiro Desenchufa los artefactos electrónicos que no estés utilizando.	
5	Fija el Aire Acondicionado entre 20 a 25°C Por cada grado que se aumente o disminuya, aumenta en un 7% el consumo de energía.	



Figura N°24: 5 tips de eficiencia Energética

TIPS PASO A PASO PARA RECICLAJE DE LATAS ALUMINIO

The infographic is titled "TIPS PASO A PASO PARA RECICLAJE DE LATAS ALUMINIO". It features logos for "UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO" and "AChEE Agencia Chilena de Eficiencia Energética". The main graphic shows a blue background with icons for various recycling categories: Plásticos, Tintorerías, Bebidas, and Papeles y Cartones. Below this, a detailed process is shown in a rounded rectangle:

- 1 Lavar y Secar**: An icon of a water tap with a can being washed.
- 2 Aplastar**: An icon of a hand crushing a can.
- 3**: An icon of a hand dropping a crushed can into a bin labeled "LATAS". Arrows point to "Bebidas" and "Jugos".

Más Información en <http://www.responsabilidadsocial.ubiobio.cl/produccion-limpia/tips/>

Logos for "Vicerrectoría de Asuntos Económicos" and "Sustentabilidad Desafío UBB" are also present.

Figura N°25 Tips paso a paso para reciclaje de latas y Alumninio

V. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS



Figura N°26 10 Mandamientos Sostenibles: Vida Más Verde (www.vidamasverde.com)

Observación: Los 10 Mandamientos Sostenibles, nos propone algunas prácticas sencillas, que toda persona puede realizar en su diario vivir y que están directamente relacionadas con las cuatro dimensiones ya descritas del Consumo Sustentable.

Ser sustentable depende de ti

¿Te has puesto a pensar en cómo se producen las cosas que usas a diario? o ¿qué se necesita para generar la energía eléctrica que llega a tu casa?

Todos los productos y servicios que utilizamos provienen de los recursos naturales.

Un consumidor sustentable aprovecha de manera responsable los recursos que tiene y sabe que todo lo que desecha, desde una cáscara de plátano hasta el teléfono celular que ya no usa, impacta su entorno ambiental.

¿Qué hacer con la basura?
A nivel nacional una persona genera alrededor de 1 Kg. de basura por día. Por eso, es importante aprender a separar tu basura, así tus desechos se reutilizarán y transformarán en nuevos productos.

Practica un estilo de vida ecológico
Mejora tus hábitos de consumo, sé responsable de lo que utilizas y desechas, ya sea para que lo reutilices o lo lleves a reciclar; así tú, tus hijos y nietos tendrán un mejor planeta.

- Ahorra y reduce tus desechos elaborando productos caseros con las Tecnologías Domésticas Profeco, búscalas en revistadelconsumidor.gob.mx.
- Prefiere productos que no tengan empaques excesivos.
- Reduce el uso de los productos desechables como los platos y vasos de unícel.

Pilas
1 pila podría contaminar lo equivalente a 600 tinacos de agua.
• Prefiere pilas recargables. Cuando ya no sirvan, júntalas y llévalas a un centro de acopio.

Cuaderno
1 cuaderno que reciclas al año, ahorra el agua que necesitan 100 familias en una semana.
• Aprovecha las hojas por ambos lados. Reutilízalo para dibujar o hacer lo que quieras; también puedes reciclar las hojas con la Tecnología Doméstica Profeco.

Alimentos
4 garralones de agua se necesitan para producir una manzana.
• Compra solo lo que tu familia va a consumir. Recuerda separar los desechos orgánicos para hacer composta que fertilice tus plantas.

Aceite de cocina
1 litro puede contaminar lo equivalente a 10 pipas de agua.
• No tires los sobrantes de aceite al drenaje, mejor júntalos en una botella de plástico, tápala muy bien y tírala a la basura.

Reproductor de música
1 pipa de agua se necesita para producirlo.
• Si ya no lo usas puedes regalarlo o venderlo a un amigo, o bien reutilizarlo. Checa algunas ideas en revistadelconsumidor.gob.mx. Si lo desechas, llévalo a los lugares donde juntan aparatos viejos.

Mezclilla
2 pipas de agua son requeridas para fabricarla.
• Usa tu ropa de mezclilla mínimo 5 veces antes de lavarla. Cuando ya no sirva, reutiliza la tela para hacer estuches para lápices o bolsas.

Medicinas
2 mil millones se fabrican anualmente, de los cuales el 10% caduca el mismo año.
• Antes de tirarlas, separa los empaques de cartón, plástico o aluminio y deposita las medicinas en una bolsa y ciérrala muy bien.

Bolsas de plástico
700 años aproximadamente, tardan en degradarse.
• Prefiere bolsas de tela, si usas las de plástico, al tirarlas júntalas con los desechos de plástico.

Profeco 35 años contigo **Vivir Mejor**

Figura N°27: Ser Sustentable: PROFECO, México

Observación: Este afiche, busca hacer reflexionar a la persona, respecto de los desechos de algunos productos, de forma de incentivar un Estilo de Vida Ecológico, apuntando principalmente al Ahorro.



Figura N°28: Qué Puedo Reparar: Proyecto Sustentable

Observación: Este afiche apunta a mejorar las prácticas de reciclaje, mostrando los distintos productos que puedo separar



Figura N°29: Acciones para un año + responsables y Sustentable: Expok: Comunicación de Sustentabilidad y RSE

Observación: 10 acciones para un año más responsable y sustentable, nos propone 10 prácticas cotidianas que nos permitirá avanzar a un Estilo de Vida Sustentable.



Figura N°30: Las 5 Rs: Compromiso Ambiental

Observación: Las 5 Rs, nos propone cinco conceptos: Reparar, Rechazar, Reutilizar, Reducir y Reciclar, estos engloban una serie de prácticas que apuntan a un estilo de Vida Sustentable.

VII. ALGUNAS NOTICIAS DESTACADAS

1.- Navidad sustentable: Mira cómo tener unas fiestas más ecológicas. Pensar en el medio ambiente y de paso en el ahorro de presupuesto es una buena manera de inculcar valores a los más pequeños este 25 de diciembre. Reutilizar y reciclar son claves para comenzar a vivir una Navidad algo más sustentable.

Cartones, papel de regalo, adornos de plástico, plumavit, juguetes viejos que se botan con la llegada de los nuevos, ¿te has puesto a pensar cuánto de eso puedes reciclar en vez de acumular la basura de la Navidad en una bolsa de desperdicios que no servirá para nada más que para acumularse en un basural? ¿Te gustaría esta Navidad inculcar a tus hijos algo más que abrir regalos y comer en familia?

Con apenas un pequeño cambio podrías hacer de ésta, una fiesta más sustentable. Ése es el llamado que hace Mariela Formas, gerente general de la Asociación de Industriales del Plástico, Asipla, tomando en cuenta el notorio aumento del consumo en estas fechas, haciendo de ellas una excelente oportunidad para concientizar la sustentabilidad. “Es importante que tomemos conciencia tanto de los materiales, como de la calidad de lo que estamos regalando (...) Además se puede sumar en nuestro hábito de compra y apertura de regalos, el qué hacer con la disposición posterior de envoltorios, bolsas y embalajes”, señaló Formas, quien quiso compartir varios tips para tener lo que llama “una Navidad ecológica y realmente verde”, y que unimos con algunos consejos de Emol.

1.- De partida, atención con los adornos navideños que se están volviendo a comprar cada año. ¿Para qué adquirir unos nuevos todas las navidades? Reutilizar los antiguos y reciclar los rotos es el hábito que hay que adquirir, aconsejan.

2.- Cabe mencionar optar por luces navideñas LED que gastan menos, y apagarlas cuando se duerme o se deja la casa; no hay por qué tenerlas encendidas en todo momento.

- 3.- Asimismo, se puede optar por un árbol navideño real, en vez del de plástico, que puede luego plantarse, una vez finalizadas las fiestas.
- 4.- “Realiza tus compras de manera consciente, pregúntate de dónde viene y en dónde terminará lo que vas a adquirir”, recomienda Formas, a propósito de si, por ejemplo, un juguete está hecho con materiales reciclados y durante su fabricación se respetó el medio ambiente -demás está decir que es ideal que no utilice pilas-. (Basta googlear “juguetes reciclados” para encontrar alternativas).
- 5.- “Fíjate que el producto o juguete tenga el triángulo de moebius con el número del material plástico utilizado, ese triángulo indica que ese material hace tu producto reciclable (...) (Y el número, que va del 1 al 7) te indicará en qué contenedor lo puedes dejar para su reciclaje en puntos limpios”, dice Formas.
- 6.- Los juguetes antiguos que ya no tengan cabida en el hogar, pueden ser donados, y aquellos que ya están rotos, llevados a un punto de reciclaje, junto con los restos de papel de regalo, cartón, plástico y desechos que deje la celebración de Navidad. “Si vas a reciclar, lleva los materiales a los puntos limpios de Triciclos (triciclos.cl) o a los de las municipalidades adheridas”.
- 7.- Para facilitar la tarea de reciclaje, parte por crear puntos en tu propia casa, de modo de separar desde un comienzo botellas, latas, papel, plástico, desechos orgánicos, etc. Así será más fácil el traslado a los puntos que tengas cerca de tu hogar.

Fuente: Emol.com

- <http://www.emol.com/noticias/Tendencias/2015/12/22/764905/Navidad-sustentable-Mira-como-tener-unas-fiestas-mas-ecologicas.html>

2.- Cuatro comunas ya tienen normas para eliminar bolsas plásticas

Publicado el 7 De Febrero Del 2014

Pucón, Torres del Paine, Puerto Williams y Punta Arenas son las primeras.

(La Tercera) Pucón, Torres del Paine, Puerto Williams y Punta Arenas. Aburridos de tener bolsas plásticas dando vueltas adornando la basura acumulada, esos cuatro municipios implementaron medidas para restringir su uso en el comercio.

No es menor: 355.394 toneladas de plástico se generan al año en nuestro país y apenas 12% se recicla. Por eso, “todas las iniciativas que ayuden a disminuir este impacto son positivas”, dice Rodrigo Benítez, subsecretario del Medio Ambiente.

En Punta Arenas tenían claro el problema. De hecho, a la enorme cantidad de bolsas que viajaban por toda la ciudad por acción del viento la llaman la “polución blanca”. Entonces, la ordenanza municipal que sustituye el uso de bolsas plásticas, mediante la regulación de su distribución, en los locales comerciales fue bien recibida por la gente, dice José Mario Almonacid, director de Aseo y Ornato. “Terminar con las bolsas plásticas es una cuestión de hábitos de las personas”, comenta. Almonacid calcula que en los próximos tres años se entregarán unas 60 mil bolsas de malla para incentivar a la población.

También están optimistas en la Seremi de Medio Ambiente de la Región de Magallanes. Carolina Cordero, la seremi (s), cuenta que la clave para que se cumplan las ordenanzas está en concientizar en el uso de bolsas reutilizables y que entiendan que el plástico genera un problema de manejo como residuo. “La idea no es restringir en un 100%, sino fomentar el uso de otro tipo de bolsas y tratar de sacarlas del gran comercio”, dice.

En esa línea, Evelyn Silva, encargada de la Unidad Ambiental de Pucón, explica que desde el año pasado han trabajado en conjunto con los empresarios y comerciantes para modificar voluntariamente la entrega de bolsas plásticas. También iniciaron una campaña de difusión para educar a los vecinos. “La gente de Pucón ya entiende, pero es al turista al que le cuesta”, dice. El municipio inició la entrega de seis mil bolsas reutilizables y se

ha promovido el uso de bolsas de papel, cajas de cartón, bolsas de género, yute, arpillera. La idea es que en diciembre de este año Pucón ya no tenga bolsas plásticas y que en tres años más se eliminen las bolsas negras de basura.

¿Se puede eliminar este hábito? Sí. Andrés Pica, de GreenLabUC, recuerda que hace 30 años las personas andaban con su bolsa de malla o de papel. “Será incómodo al principio, pero sólo hasta que las personas vuelvan a tener la costumbre de tener sus propias bolsas”.

Fuente: LA TERCERA EDICION IMPRESA | viernes 07 de febrero de 2014

<http://diario.latercera.com/2014/02/07/01/contenido/tendencias/16-157403-9-cuatro-comunas-ya-tienen-normas-para-eliminar-bolsas-plasticas.shtml>

3.- Valparaíso espera implementar normativa que permitiría eliminar gradualmente bolsas plásticas

Publicado por [Catalina Díaz](#) | La Información es de [Rodrigo Aravena](#)

Hace unos días el concejo municipal de Valparaíso aprobó una ordenanza que pretende reducir el uso de bolsas plásticas en la ciudad, iniciativa que se llevaría a cabo a través de la ejecución de un plan de información, difusión e implementación por parte del municipio porteño.

Sin embargo, la ordenanza podría tener un duro revés luego que la Contraloría rechazara iniciativas similares que fueron propuestas en otras ciudades como Coyhaique y Puerto Natales.

Ante esta situación, el ex candidato presidencial Marco Enríquez-Ominami, criticó el actuar de la Contraloría, señalando que la restricción del órgano contralor impide que la ciudadanía viva en un ambiente limpio.

Ante esta polémica el alcalde de Valparaíso, Jorge Castro, aclaró que la nueva ordenanza municipal no pretende obligar a las empresas que utilizan las bolsas plásticas a eliminarlas por completo, sino que pretende crear conciencia respecto del uso de ella y así ir eliminándolas paulatinamente.

Castro agregó que es necesario crear conciencia en la comunidad, para ir eliminando el uso de las bolsas plásticas en los supermercados y otros recintos y así evitar un daño ambiental mayor provocado por el uso de este tipo elemento.

Fuente: Lunes 24 agosto 2015 | 17:33 Actualizado: 17:33

<http://www.biobiochile.cl/2015/08/24/valparaiso-espera-implementar-normativa-que-permitiria-eliminar-gradualmente-bolsas-plasticas.shtml>

4.- Boom verde en Chile: 30% ha crecido la producción de bolsas degradables de supermercado

jueves, 24 de abril de 2008

María Teresa Solinas Ivys

Economía y Negocios

La tendencia mundial por el cuidado del medio ambiente está contagiando a todo el retail. Unos optan por bolsas que se desintegran 100 veces más rápido que las de plástico tradicional; otros innovan con bolsas reutilizables.

Moda, conciencia o estrategia. Cual sea la motivación, lo cierto es que los productos "amigables" con el medio ambiente están tomando cada vez más fuerza en el país.

Y específicamente en el retail, donde siguiendo las tendencias mundiales, las bolsas degradables están ganando terreno.

Según cálculos de los propios fabricantes de las llamadas bolsas "camiseta", la producción nacional de estas bolsas degradables en el país ha aumentado en 30% en el último año.

Y es que de las 690.000 toneladas de plástico que se producen en Chile cada año, las bolsas camisetas para retail representan 52.371 toneladas. Una cifra importante se traduce en el interés por disminuir las emisiones de plástico tradicional a través de esta vía. Esto, sumado al creciente interés de los clientes por los productos que no dañen el medio ambiente, explica el boom verde del retail.

Aunque incorporar la tecnología necesaria puede llegar a traducirse en un incremento de 10% en los costos de producción de las bolsas, los supermercados interesados en utilizar estos productos van en aumento.

Costos que son asumidos a pesar de un escenario complejo en términos de precios. Sólo el año pasado, el costo de las bolsas plásticas subió en 45%, por el alza de la electricidad y el aumento de precios de algunos materiales derivados del petróleo.

Hoy, en promedio, el precio de una bolsa de supermercado hecha con plástico tradicional puede costar \$18; mientras que una degradable alcanza los \$20.

El boom por bajar la producción de plástico tradicional comenzó a mediados del año pasado. El pionero fue Chilectra, utilizando plástico degradable para enviar las cuentas de luz. Al poco tiempo se sumaron Jumbo, Easy y Sodimac. Y, según fuentes de la industria, el siguiente en sumarse a esta moda podría ser Lider.

En general, el balance de estas empresas es positivo. En Cencosud señalan que la utilización de las bolsas biodegradables ha sido muy valorado por la gente. Por eso, aunque dentro de la compañía señalan que el cambio de bolsas ha significado una inversión relevante, continuarán desarrollando iniciativas de tipo ecológico.

Suben las ventas

El panorama ha traído nuevos aires a los productores de bolsas, una industria que en Chile mueve US\$ 40 millones al año. Según la Asociación de Industriales del Plástico (Asipla), el 60% de los fabricantes de bolsas de retail producen bolsas degradables. De ellos, sólo tomando en cuenta a los productores de bolsas para supermercados, el 90% las está comercializando.

Todos ganan

Y las cifras mejorarán aún más, ya que en el corto plazo todos los asociados a Asipla esperan producir de estas bolsas.

En Inapol -principal proveedora de bolsas degradables para supermercados-, alcanzaron un crecimiento de 27% en su producción, en el último año.

Según Pablo Escobar, gerente de la compañía, las cuentas alegres se deben tanto a la buena acogida de las bolsas en los supermercados donde se entregan -y al auge del retail- como al creciente interés de nuevos clientes por adherirse a esta cruzada ecológica.

"En Chile hay conciencia medioambientalista, lo que nos ha llevado a tener una muy buena recepción en el público", señala Escobar.

Bernaplast es otra de las empresas que producen este tipo de bolsas. Su principal comprador es Sodimac y esperan que próximamente otros de sus clientes ligados al retail sigan con esta tendencia.

El funcionamiento de los aditivos que degradan el plástico es básicamente el mismo: rompen la cadena molecular de manera acelerada, oxidándola, lo que hace que el plástico se degrade. Según las distintas certificaciones que respaldan los aditivos que se comercializan en Chile, éstos aceleran el tiempo de desintegración de los plásticos, a una temperatura ambiente de alrededor de 25°C.

Es así como mientras una bolsa de supermercado normal se demora entre 200 y 300 años en convertirse en humus, con estos componentes químicos el proceso se concreta en dos años.

No sólo los productores de bolsas están incrementando sus ventas con esta tendencia medioambientalista que ha invadido al retail. Los importadores los aditivos también están sacando buenos dividendos. En Chile, se comercializan 4 marcas de aditivos: EPI (importado de Canadá), Willow Readge (procedente de Estados Unidos), Symphony (traído desde Inglaterra) y Omia (fabricado en Suecia).

Ecopack es la empresa encargada de comercializar EPI en Chile. Comenzaron en 2005 y en dos años lograron triplicar sus ventas, replicando el fenómeno verde que se vive en Europa y Norteamérica. Tan bien les ha ido, que estiman que para 2009 su producción crecerá -por lo menos- 10 veces.

Aunque no revelan cifras de facturación (aunque dicen que son "cientos de miles de dólares"), según las estimaciones de Bernardo Amengual, gerente de la empresa, unas 35 toneladas mensuales de plástico oxodegradable se producen con EPI en nuestro país.

Plástico por tela

Dentro de la ola medioambientalista existen otras ideas para bajar el uso de plástico.

Hace cuatro meses, Falabella promociona el uso de bolsas reutilizables (importadas desde Asia).

La idea es que los clientes la compren (por \$500) y la usen cada vez que consuman en la tienda. En la firma dicen que esto no ha significado una variación en sus costos, ni ha disminuido drásticamente el uso de bolsas plásticas.

Por eso, su mayor desafío es que su propuesta se difunda, ya que actualmente se venden cerca de 15.000 bolsas reutilizables al mes.

Otro de los planes de Falabella es cambiar sus bolsas de plástico por biodegradables, para lo que evalúan opciones en el extranjero.

Principales actores

Inapol: de los hermanos Pablo y Manuel Escobar.

Cambiaso: de Luis Cambiaso.

Bernaplast: de Julio Bernabé.

Serplas: de Sergio Molinari.

Poliflex: Carlos Urrejola.

Una tendencia internacional

La tendencia no es nueva. Irlanda fue pionera en el tema, y en 2002 instauraron un impuesto de 15 centavos de euro por cada bolsa plástica, lo que ha reducido considerablemente el consumo. En España, las bolsas plásticas de los supermercados son cobradas aparte. Lo mismo esperan hacer en Nueva York y Los Ángeles.

En Bangladesh fueron aún más radicales y quienes usen bolsas plásticas arriesgan multas de US\$ 9, ya que las autoridades señalan que son la principal causa del bloqueo de las alcantarillas, lo que causa inundaciones. En otros lugares como San Francisco (Estados Unidos), París (Francia) y Victoria (Australia) también está completamente prohibido su uso, al igual que en Ruanda y Sudáfrica.

Una medida que planean copiar en Londres, donde buscan erradicar completamente el uso de los 13 mil millones de bolsas que las tiendas de retail dan a sus clientes al año.

Fuente: jueves, 24 de abril de 2008

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=45973>

5.- Chile: Odepa lanzará Protocolo de Agricultura Sustentable en 2016

04 de Diciembre de 2015



Manejo de residuos, relación con las comunidades locales y aseguramiento de la sanidad y bienestar animal son algunos de los principios contenidos.

A principios de 2016, la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa) lanzará un Protocolo de Agricultura Sustentable, que contiene los principios y criterios comunes a llevar a cabo en la materia, con miras a cumplir el propósito planteado por el gobierno de “promover un sector agroalimentario y forestal competitivo basado en la sostenibilidad (ambiental y social)”.

En este contexto, la directora de Odepa, Claudia Carbonell, adelantó que tras los resultados que arrojó el estudio encargado por este organismo a la Fundación Chile (FCh), se definieron parámetros y criterios que guiarán la agricultura en el camino de la sustentabilidad.

La investigación de FCh también reveló la importancia del sector agroalimentario para el país: en términos económicos, contribuye con cerca del 8% al PIB nacional - según cifras de 2014 -, es la segunda área que más exporta, y los envíos de productos como arándanos, uva de mesa y manzanas están dentro de los principales a nivel internacional. Además, en el ámbito social, funciona como una importante fuente de empleos (en especial, en épocas de cosecha) y en lo ambiental, es altamente dependiente de los recursos naturales para sus operaciones, siendo uno de los mayores

consumidores de agua y el segundo más grande emisor de gases de efecto invernadero, superado sólo por el rubro de energía.

El estudio consideró entrevistas a distintos actores de la industria, como instituciones gubernamentales, asociaciones gremiales de agricultores, campesinos, grandes productores, exportadores y algunas empresas certificadoras.

En tanto, para identificar los requerimientos internacionales se efectuó una revisión bibliográfica de iniciativas consideradas de interés para productos agrícolas, en conjunto con las contrapartes.

Los principios

Dentro de los criterios de sustentabilidad abordados por el protocolo se cuentan: monitoreo y uso del recurso hídrico, condiciones de trabajo y protección social, relación con las comunidades locales y el aseguramiento de la sanidad y bienestar animal, entre otros. También se identificaron criterios más específicos a seguir y distintos niveles de gestión, que permitirán a los agricultores interesados en incorporar aspectos de la sostenibilidad, tener un avance gradual y visualizar cómo seguir en esa ruta.

Claudia Carbonell señaló que con esto buscan facilitar la integración de prácticas de agricultura sustentable en el sector productivo y, de esta manera, lograr industrias más competitivas y sustentables, considerando referentes y tendencias nacionales e internacionales.

Fuente: Diario Financiero

<https://www.df.cl/noticias/empresas/innovacion-y-sustentabilidad/odepa-lanzara-protocolo-de-agricultura-sustentable-en-2016/2015-12-01/220718.html>

7.- Movimiento nacional por desarrollo Sustentable surge en Chillán

10 | Miércoles 6 de enero de 2016

ECONOMÍA

LA DISCUSIÓN

www.ladiscusion.cl

INDICADORES ECONÓMICOS

MONEDAS

DÓLAR \$715,08
EURO \$767,44

UF AYER \$ 25.629,09
HOY \$ 25.629,09
MAÑANA \$ 25.629,09

UTM. ENERO

\$44.955,00

IPC. NOVIEMBRE

MENSUAL 0,00%
ANUAL (12 MESES) 5,50%

BOLSA DE VALORES 05.01.2016



IDEA NACIÓ DE UN GRUPO LIGADO A LA AGRICULTURA ORGÁNICA QUE CONVOCÓ A 48 CHILLANEJOS PARA FORMALIZAR LA ORGANIZACIÓN

“Camino Sustentable” se llama el grupo que promueve una nueva región y un país que cuida sus recursos.

Se busca un encadenamiento productivo integrado, con una mirada multidisciplinaria.

Texto: José Luis Montes V.
rural@ladiscusion.cl
Fotos: JLMV

Con la firma de 48 adherentes se conformó en Chillán la “Asociación Gremial Chilena por el Desarrollo Sustentable”, organización que tiene como nombre de fantasía “Camino Sustentable” y cuya directiva provisoria debutará en la Comisión Ecología por solicitud directa de Ñuble Región, en sesión especial que realizará la Comisión Gobierno Interior del Senado este viernes en Chillán.

La nueva entidad nació de un grupo relacionado a la agricultura orgánica de Ñuble, que lleva tiempo buscando a nivel local un encadenamiento productivo de alimentos saludables y sustentables. A la iniciativa adhirieron también profesionales de otras áreas, que era lo que se buscaba.

Dicho grupo con amplia experiencia en el tema de producción orgánica, ya que la experiencia en la provincia es una de las más antiguas del país en esta área, decidió crear un referente local, pero con la intención de convertirse en una entidad nacional, ya que la organización de este tipo que se enfoca solo a nivel regional pierde protagonismo y es sobrepasada por otras organizaciones más amplias, como ocurrió con Bío Bío Orgánico, que en su tiempo fue el principal referente del país.

CONFORMACIÓN

La firma de los estatutos constitutivos se firmaron ante el notario Juan Armando Bustos, en un salón facilitado por la Municipalidad de Chillán el 29 de diciembre. Los socios fundadores fueron 48 (entre 20 y 60 años) y la directiva provisoria quedó conformada por José Antonio Fuentes Pereira, como presidente, un joven profesional ligado al área de turismo; Ricardo German Eller ingeniero civil, asumió la vicepresidencia; Luis Meléndez, ingeniero agrónomo y uno de los primeros asesores téc-

Movimiento nacional por desarrollo sustentable surge en Chillán



Los socios fundadores de AG Camino Sustentable, firmaron ante notario en un salón facilitado por el municipio de Chillán.

nicos en producción orgánica en Chillán (actualmente consultor en certificación orgánica internacional); y como tesorero Ricardo Jara, un biólogo.

Luis Meléndez señaló que en la reunión de hoy que tendrá “Camino Sustentable”, se determinará una presentación formal de la organización a la comunidad lo que se oficializaría en las próximas semanas con una conferencia de prensa de la directiva. Se trata de una organización abierta a toda la comunidad, pero por motivos prácticos se espera hacer una campaña para incorporar adherentes pasadas las vacaciones de verano, posiblemente en marzo.

En todo caso quienes quieran tomar contacto con este nuevo referente de compromiso con el

FUNDADORES

48
CAMINO SUSTENTABLE
Ñuble ha tomado nuevamente una posición pionera en el tema de sustentabilidad creando un referente nacional del tema.

ecosistema a través de la actividad económica sustentable pueden contactarse al correo agcaminosustentable@gmail.com. Entre sus posturas está apoyar iniciativas como la propuesta por la comuna de San Nicolás de decretar su territorio como zona libre de transgénicos; o el de promover la producción de productos agropecuarios orgánicos, pero que además en su transporte, procesos, y todo lo que los circunda, exista una concepción sustentable y comprometida con el medio ambiente y el futuro del planeta.

Para este objetivo, comenta Luis

Meléndez, la organización está dispuesta a establecer una acción integrada con otros organismos, por lo que se aceptó de inmediato la invitación de Ñuble Región a integrarse a este movimiento. “La sustentabilidad es un tema de mucha trascendencia en una región que comienza como es este caso”.

OBJETIVOS

Los estatutos de la naciente agrupación señalan como objetivo: “Promover la racionalización, desarrollo y protección de la actividad común de sus asociados, cual es el encadenamiento productivo susten-

table, que incluye la producción, comercialización, distribución y consumo de productos, servicios y alimentos saludables y sustentables en lo social, económico y ambiental”.

La entidad tendrá sus registros abiertos a toda la comunidad local, regional y nacional, ya que su misión es sumar esfuerzos para defender los principios ecológicos, evitando la degradación de los suelos, la aplicación de insumos que a la larga deterioran el medio ambiente y las aguas. Se trata de un nuevo aporte de Ñuble en este sentido a la cultura nacional.

Vocación orgánica de Ñuble pone a la región en el liderazgo nacional del tema

En la Provincia de Ñuble el tema orgánico es compartido por el sector público y privado. El Estado a través de Indap está promoviendo en la actualidad un plan piloto agroecológico para la región, que se basa en una iniciativa que comenzó hace una década en San Nicolás. Al igual que Camino Sustentable, lo que se busca es la sustentabilidad en la producción.

Es normal que sea la región con la agricultura más diversificada del país

la que promueva acciones como ésta ya que la tierra y el agua, son los factores fundamentales para la mantención en el tiempo de la principal actividad económica de la zona.

Cabe señalar que la actividad público-privada en la zona data de a lo menos en dos décadas y en la Octava Región se estableció el primer trabajo integrado entre productores y orgánicos y el Servicio Agrícola y Ganadero, donde se comenzaron los

primeros catastros y organizaciones de productores como interlocutores válidos ante el Gobierno.

También el INIA-Quilamapu ha mostrado ser un centro de investigación a la vanguardia en el tema, donde destaca el trabajo realizado durante toda su vida profesional por la agrónoma Cecilia Céspedes, que ha desarrollado tecnología en el tema de fertilización natural de la tierra a través de compost.