



iCSO
UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

The
CHOICES
Project

CHILE 2012
ENCUESTA NACIONAL UDP

Consumo Responsable Y ciudadanía

2012





¿QUÉ ES EL CONSUMO RESPONSABLE?

- Nuestras prácticas de consumo tienen un efecto sobre la sociedad y el medio ambiente. El consumo responsable es aquel que toma en consideración estos efectos. Para poder potenciar el consumo responsable, es necesario saber cuáles son las percepciones y prácticas de la ciudadanía.
- Como parte del proyecto **Choices** –que agrupa un grupo de Universidades (Universidad de Londres, Universidad Federal de Río de Janeiro y Universidad Diego Portales) y ONGs (Instituto Akatu, Fundación Ciudadano Responsable y Ethical Consumer Research Association), y es financiado por el Consejo para la Investigación Económica y Social del Reino Unido (ESRC) y el Departamento para el Desarrollo Internacional (DFID)- se incorporó en la **VIII Encuesta de Opinión Pública UDP** un módulo sobre consumo responsable, donde se le preguntó a los chilenos (as) sobre sus percepciones y prácticas vinculadas al consumo responsable.

Se exploraron los siguientes temas:

❖ **Los chilenos y el consumo responsable.**

- Principales criterios de compra a considerar.
- Percepciones y valoraciones sobre el consumo responsable.
- Valoración del consumo responsable.

Mas allá del beneficio personal

LOS CHILENOS (AS) Y EL CONSUMO RESPONSABLE.



Criterios de compra responsable

Asumiendo que el precio y la calidad son los mismos, ¿cuál de los siguientes factores serían importantes en su decisión de comprar un producto por sobre otro?

RANKING GENERAL	Muy Importante + Importante (%)
Que la compañía esté comprometida con el ahorro de energía.	80,6
Que el producto tenga un sello que garantice la protección del medioambiente.	79,7
Que el producto tenga un sello que garantice buenas condiciones de trabajo	78,0
Que la empresa tenga buena relación con la comunidad en que está inserta	77,2
Que durante su producción, los animales no hayan sido maltratados.	75,3
Que el producto sea chileno.	74,8
Que la marca del producto sea reconocida.	67,2
Que el producto sea orgánico.	65,5
Que la empresa sea pequeña (pyme).	51,4

Chilenos priorizan criterios ambientales a la hora de comprar

- ❖ Los principales criterios son ambientales, particularmente relacionados con el ahorro de energía.
- ❖ Al observar el ranking anterior según distintos grupos, se observan algunas diferencias importantes:
 - Los grupos de **menor nivel socio económico** y **mayor edad** tienden a darle mas **relevancia al hecho de que el producto sea chileno** en sus criterios (este es el principal criterio en los grupos de más edad y el tercero en los sectores de NSE bajo) .
 - Los **sectores de mayores ingresos**, le dan más **importancia a las condiciones de trabajo** por sobre lo ambiental (figura como principal criterio en este grupo)

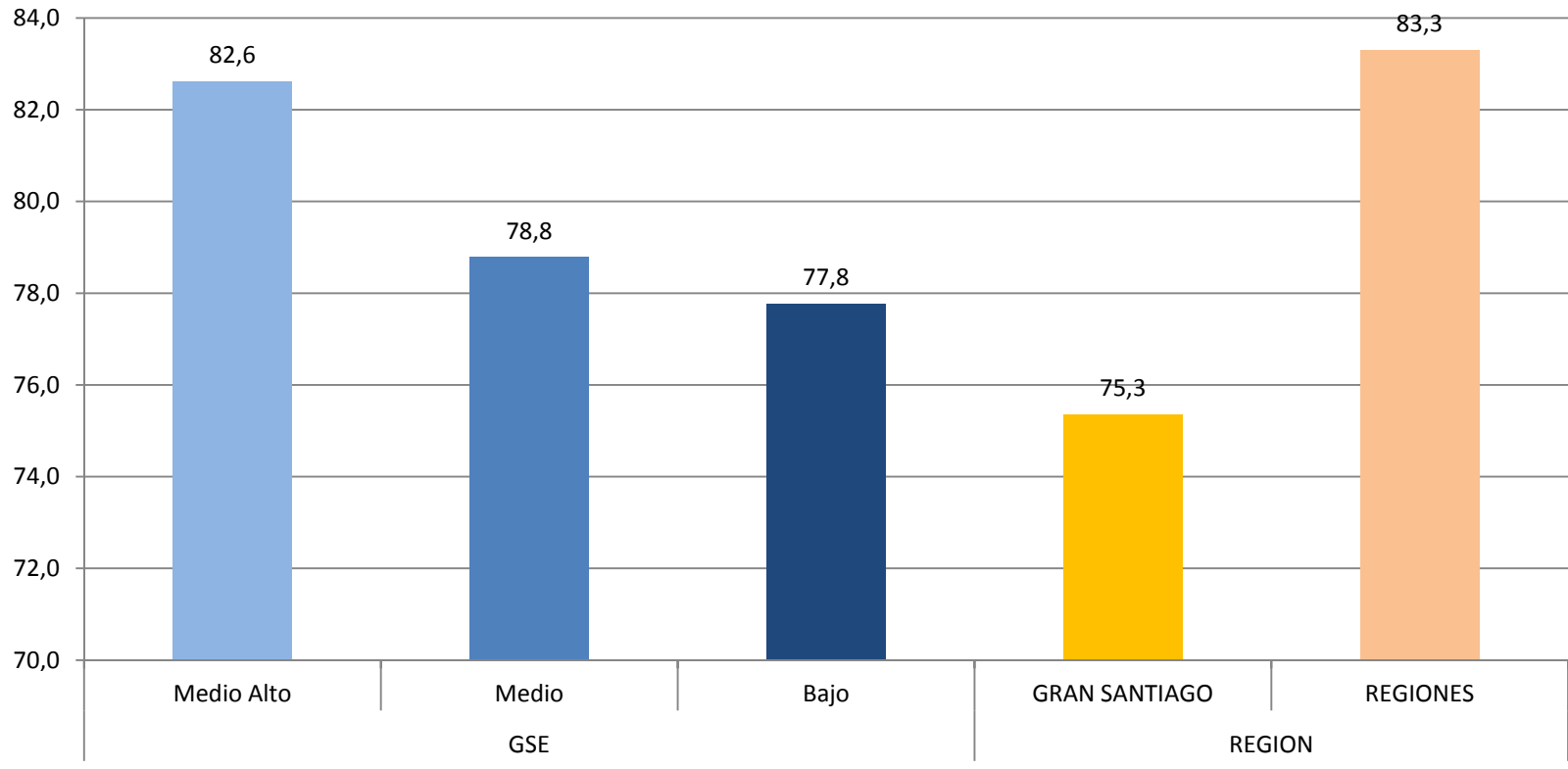


Se valora el consumo como herramienta de cambio social y político.

- ❖ **Un porcentaje importante de la población considera el consumo como una práctica que puede contribuir a generar cambios sociales.**
 - Un **81,2%** está de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación “a través de mis decisiones de compra puedo contribuir a generar una sociedad más justa”.

- ❖ **Los sectores de mayores ingresos tienden a ver más posibilidades de acción en el consumo que los sectores de bajos ingresos.**
 - El **84.1%** de las personas de NSE alto está de acuerdo o muy de acuerdo con que a través de sus *decisiones de compra pueden contribuir a generar una sociedad más justa*. Mientras que en el caso del NSE bajo, este porcentaje llega al **73.8%** de los encuestados.
 - Mientras el **24,1%** de los consumidores de NSE alto está muy de acuerdo con que “los consumidores han cambiado mucho en los últimos años y hoy esperan más de las empresas en materias ambientales y sociales”, solo un **15,6%** de los sectores de NSE bajo piensa lo mismo.

“Los consumidores han cambiado mucho en los últimos años y hoy esperan mucho más de las empresas en materias ambientales y sociales”
(% acuerdo/muy de acuerdo)





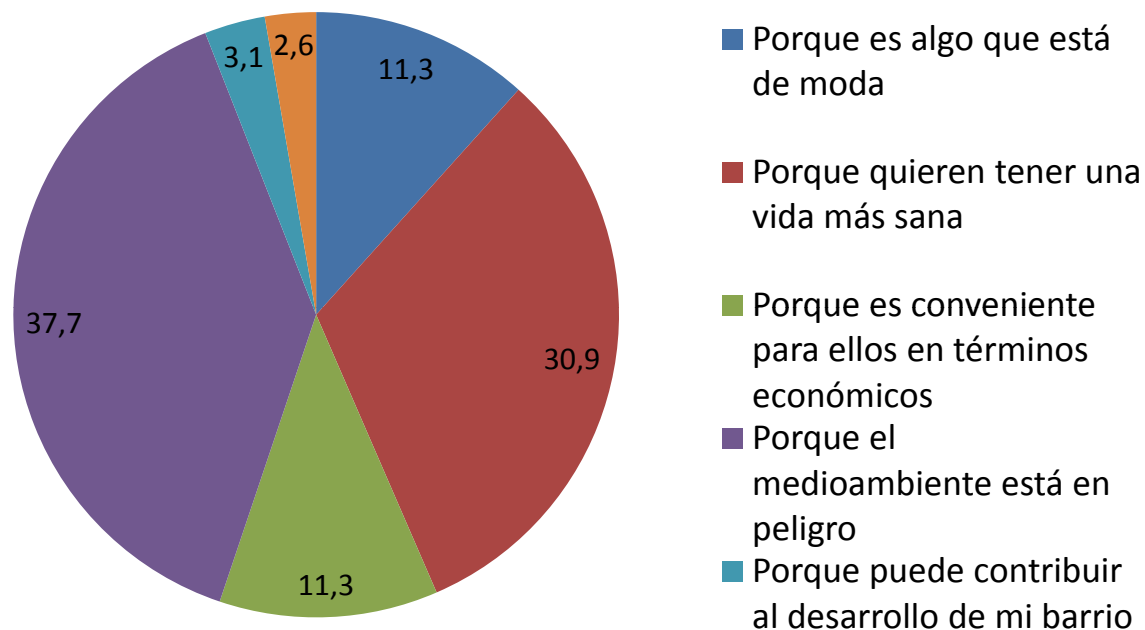
Las muchas facetas del consumo responsable

- ❖ **Existen apreciaciones disimiles acerca de las formas en que uno puede ser un consumidor responsable.**
 - Los encuestados asocian el consumo responsable a la protección al medioambiente. Un **80,4%** de la población está de acuerdo o muy de acuerdo con que “consumir de manera responsable es comprar productos que no dañen el medioambiente”.

- ❖ **Sin embargo, la compra de productos “éticos o responsables” se percibe como algo caro.**
 - Un **72,7%** de la población está de acuerdo con la afirmación “*consumir productos sustentables es caro y generalmente mi presupuesto no me alcanza.*”

- ❖ **Consumir no es solo comprar, sino también utilizar responsablemente los recursos.**
 - Un 77,3% de los encuestados cree que el consumo responsable involucra consumir lo menos posible.
 - Mientras que el **71,2%** de las personas mayores de 61 está de acuerdo con la afirmación anterior, el **81,1%** de las personas mayores entre 18 y 29 consideran que “*consumir de manera responsable es consumir lo menos posible.*”

¿Por qué cree usted que los chilenos (as) están comenzando a reciclar y a comprar productos que cuidan el medioambiente?



¿Moda, gusto o bien común?

- Un **37,7 %** de los entrevistados considera que el consumo responsable se relaciona con la visible crisis medioambiental.
- Un **30%** considera que esto se debe a la búsqueda de una vida más sana.



Research jointly supported by the ESRC and DFID

- Este módulo Consumo Sustentable se enmarca dentro del proyecto internacional de investigación *“Leveraging buying power for development: ethical consumption and sustainable procurement in Chile and Brazil”* financiado por ESRC y DFID.
- El principal objetivo del proyecto es conocer las demandas y percepciones de la ciudadanía en Chile y Brasil sobre consumo responsable, e intentar conectar estas demandas con los criterios de compra del Estado.
- Este proyecto ha sido desarrollado por un consorcio de Universidades y ONGs de Chile, Brasil y el Reino Unido y que en Chile ha sido desarrollado por ICSO UDP en alianza con la Fundación Ciudadano Responsable.
- Mas información en: <http://choices.concoctions.ca/>





Aspectos metodológicos Encuesta UDP.

UNIVERSO:

Población de **18 años y más**, residentes en 86 comunas de 20.000 habitantes de todas las regiones, excluyendo Aysén y General Ibañez. Representa al **84,6 %** de la población urbana y al **73,6%** de la población del país.

TAMAÑO MUESTRAL:

Se entrevistó **cara a cara** a **1295 personas**, con un error muestral de **+/- 3,0%** considerando el efecto del diseño y con un nivel de confianza de 95%.

TIPO DE MUESTRA:

La muestra fue **probabilística** en todas sus etapas:

- Por estratos no proporcional (34 comunas del Gran Santiago y 52 ciudades de la Regiones de Arica y Parinacota a Región de los Lagos).
- Por conglomerado (manzanas seleccionadas).
- Selección al azar de viviendas y dentro de éstas selección al azar de una persona de 18 años y más.

TRABAJO DE CAMPO:

El trabajo de campo lo ejecutó la empresa ICCOM. Las entrevistas se realizaron entre los días 29 de julio y 29 de agosto, en 33 días corridos.

REEMPLAZOS:

El **74,5%** de las entrevistas se realizaron en viviendas y sujetos originales: sus viviendas fueron las sorteadas en primera instancia y ellos fueron los sorteados dentro del hogar. El reemplazo por RECHAZO debido a la imposibilidad de contactar a alguna persona en el hogar alcanzó al **17,5%**.