

# CONSCIENTES:

Una mirada al nuevo consumo actual

Informe de resultados  
2 de agosto 2019

Desarrollado por:



# CONTENIDO

1. Antecedentes y objetivos
2. Metodología
3. Composición de la muestra
4. Resultados
5. Síntesis y Conclusiones



# ANTECEDENTES Y OBJETIVO



# ANTECEDENTES

## 01.

Ante el escenario actual de crisis climática propiciada por los altos niveles de emisión de gases de efecto invernadero, han surgido diversas alternativas al sistema económico actual, que buscan frenar la crisis climática como respuesta efectiva y responsable a la urgente necesidad de adaptarse frente a este fenómeno.

## 02.

Estos movimientos son aún incipientes frente a un sistema de producción con tendencia siempre al crecimiento basado en endeudamiento y consumo.

## 03.

En este contexto, nace esta iniciativa de ACCIÓN Empresas junto a Ipsos, de realizar un estudio para visibilizar los patrones de consumo adoptados por los chilenos y, por otro lado, visibilizar la incorporación de economías que rigen estos comportamientos.

# OBJETIVO GENERAL

Indagar en los distintos patrones de consumo de los chilenos y conocer si tienen relación con las nuevas tendencias económicas alternativas emergentes.



# METODOLOGÍA





### Técnica de estudio

---

Estudio cuantitativo, mediante aplicación de **600** encuestas online, usando sistema IIS (Ipsos Interactive Service).



### Grupo Objetivo

---

Hombres y mujeres, de 18 años o más, residentes en todo el territorio nacional.



### Fecha de campo

---

Encuestas aplicadas entre el jueves 18 y el sábado 24 de julio de 2019 (7 días)





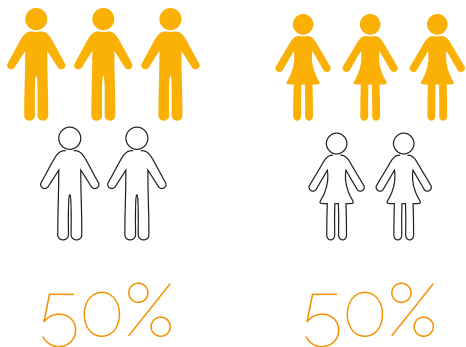
COMPOSICIÓN  
DE LA MUESTRA



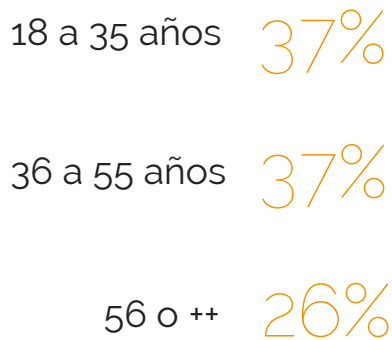
# MUESTRA OBTENIDA (SIN PONDERAR)

Composición de la muestra

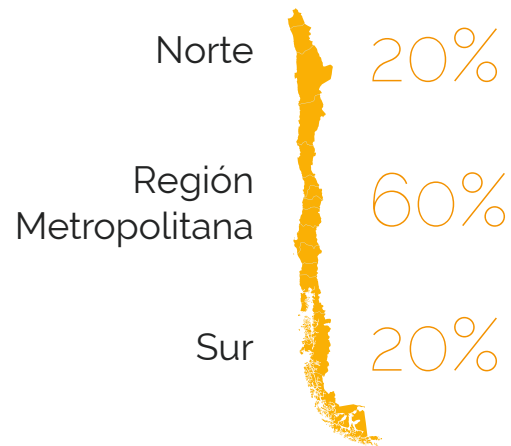
## Sexo



## Tramos de edad

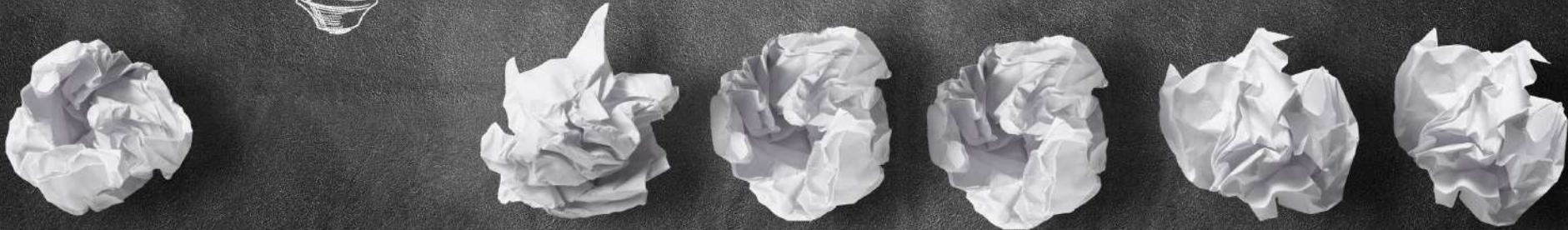


## Zona



- Los resultados fueron ponderados según proyecciones de población INE al año 2019 según el Censo 2017 e información de AIM.
- Margen de error: 4%

RESULTADOS

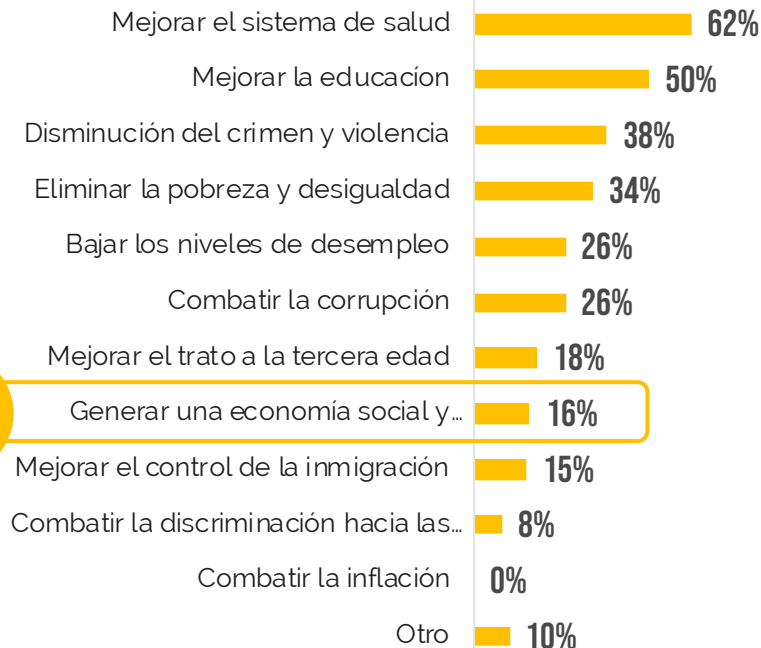




# ENTRE LOS TEMAS QUE MÁS PREOCUPAN AL PAÍS

## HOY

8vo



## EN 15 AÑOS MÁS

5to



Q1. De acuerdo a su opinión, y según el siguiente listado, ¿cuáles son los 3 temas más importantes que debe resolver el país en la actualidad? (B:600)

Q2. Y en 15 años más, ¿cuáles cree Ud. que van a ser los 3 temas importantes para Chile? (B: 600)

# NUEVAS ECONOMÍAS





## CONOCIMIENTO DECLARADO Y REAL

¿Conoce o ha oído sobre "nuevas economías" o "economías del bienestar"?



DECLARA CONOCER  
EL CONCEPTO



DESCRIBE SIGNIFICADO O TIENE  
NOCIÓN DEL MISMO

## CONOCIMIENTO DECLARADO Y REAL

¿Qué sabe sobre "las nuevas economías" o "economías del bienestar"?



DESCRIBE SIGNIFICADO O TIENE  
NOCIÓN DEL MISMO

La gran mayoría señala que son economías más eficientes, que se preocupan por el bienestar tanto del ser humano como del medio ambiente

"Son aquellas que reducen el riesgo tanto para el ser humano como para el medio ambiente"



## SIGNIFICADO DE “NUEVAS ECONOMÍAS”

¿Qué sabe sobre “las nuevas economías” o “economías del bienestar”? (base 109)



Agrupación	%
Medio Ambiente	56%
Noción general de bienestar	41%
Producción responsable / Economía circular	19%

Q19. ¿Conoce o ha oído sobre las “nuevas economías” o “economías del bienestar”? (B:600)

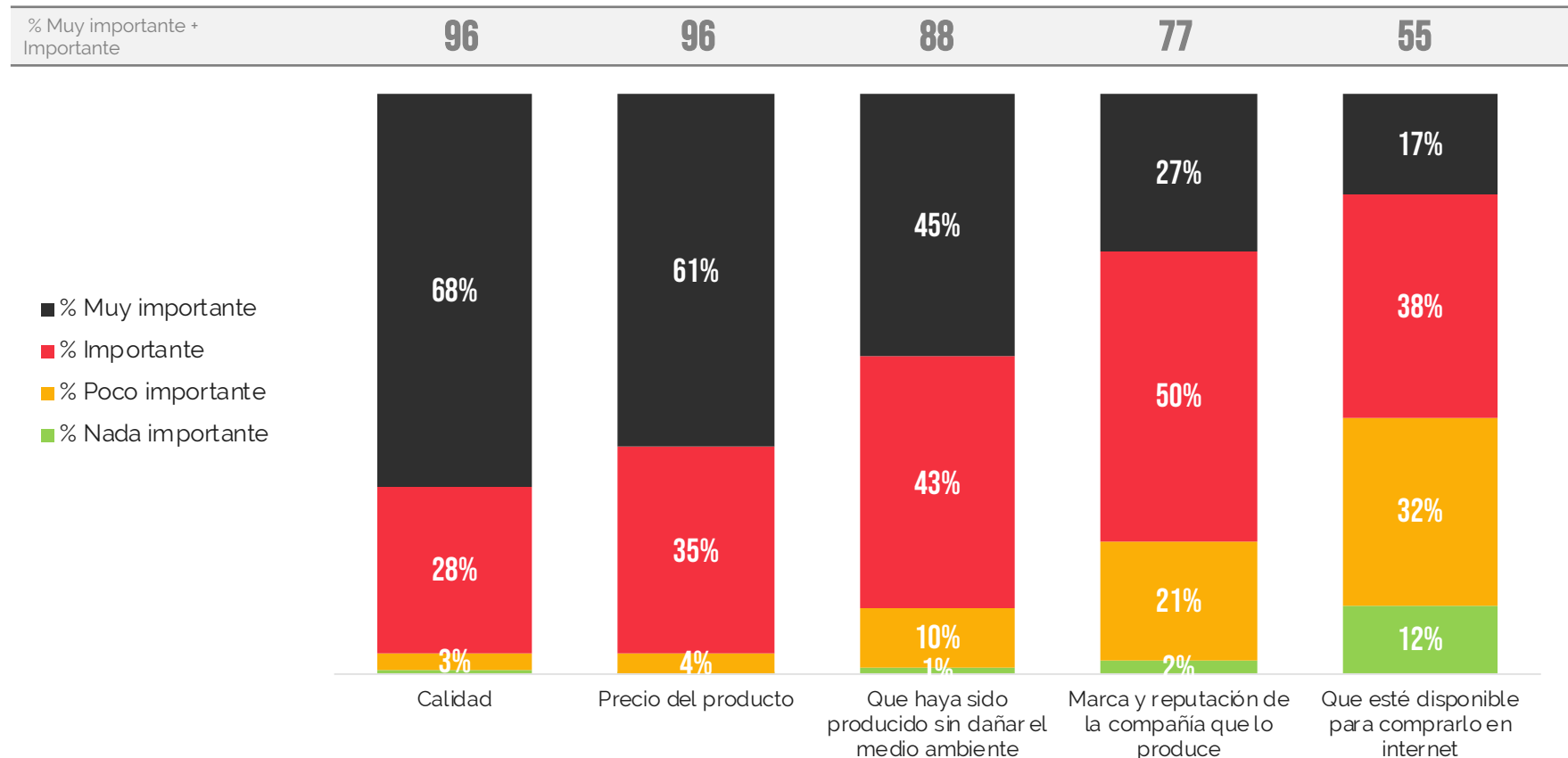
Q20. ¿Qué es lo que sabe sobre las “nuevas economías” o “economías del bienestar”? (B:158)

# CONSUMO RESPONSABLE



## Decisión DE CONSUMO

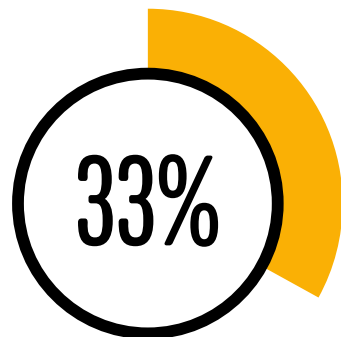
¿Qué tan importante son los siguientes atributos para decidir que producto comprar?



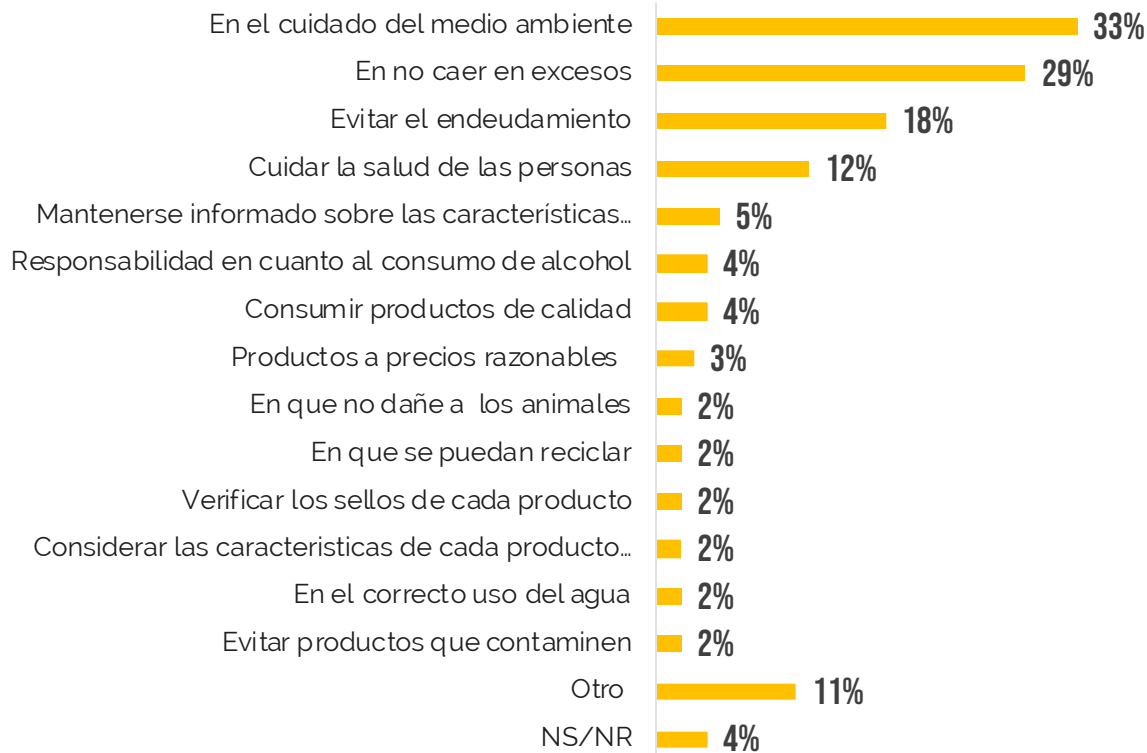


## CONSUMO RESPONSABLE - SIGNIFICADO

¿Qué es lo primero que piensa cuando escucha el concepto "consumo responsable" o "consumo consciente"?

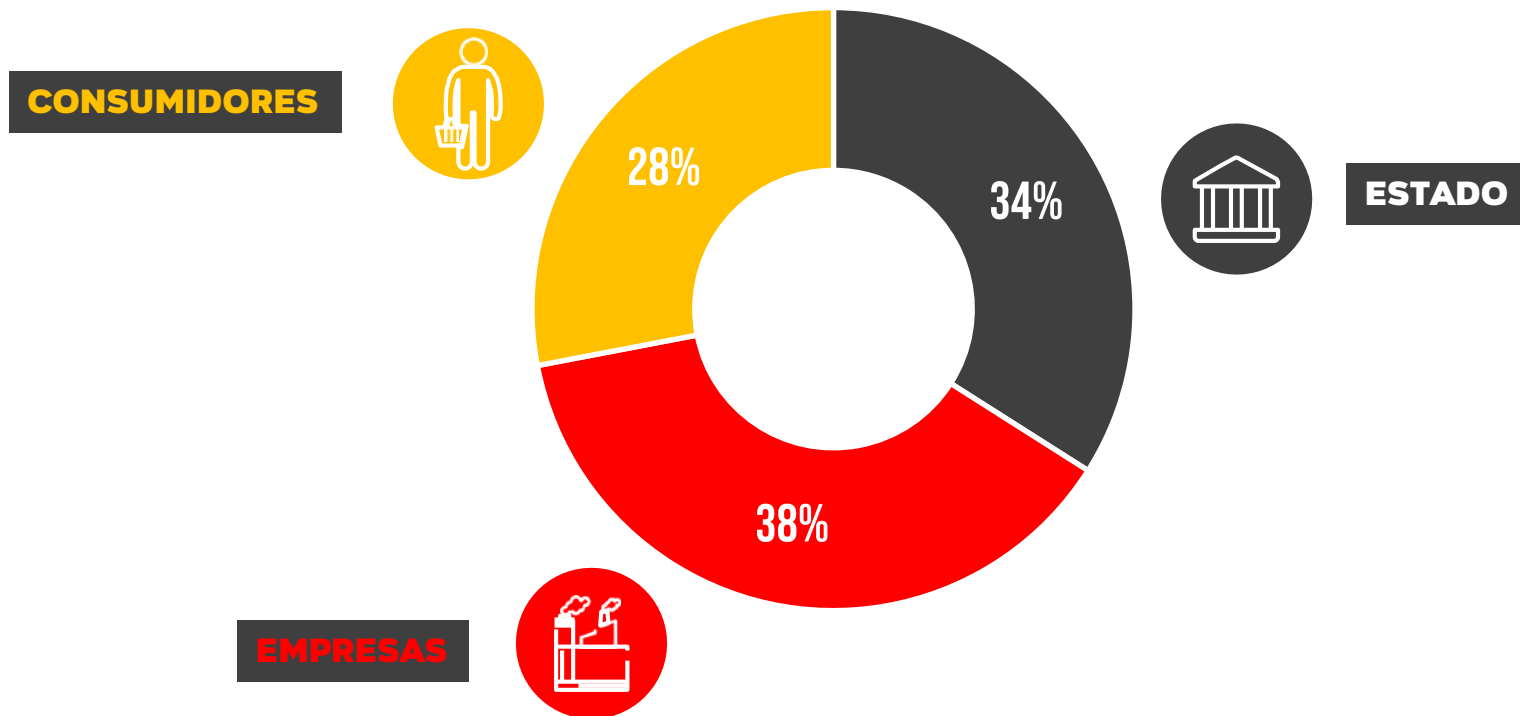


PIENSA EN EL CUIDADO DEL  
MEDIO AMBIENTE



## CONSUMO RESPONSABLE- ACTORES

¿Cómo distribuiría la responsabilidad de los siguientes actores?

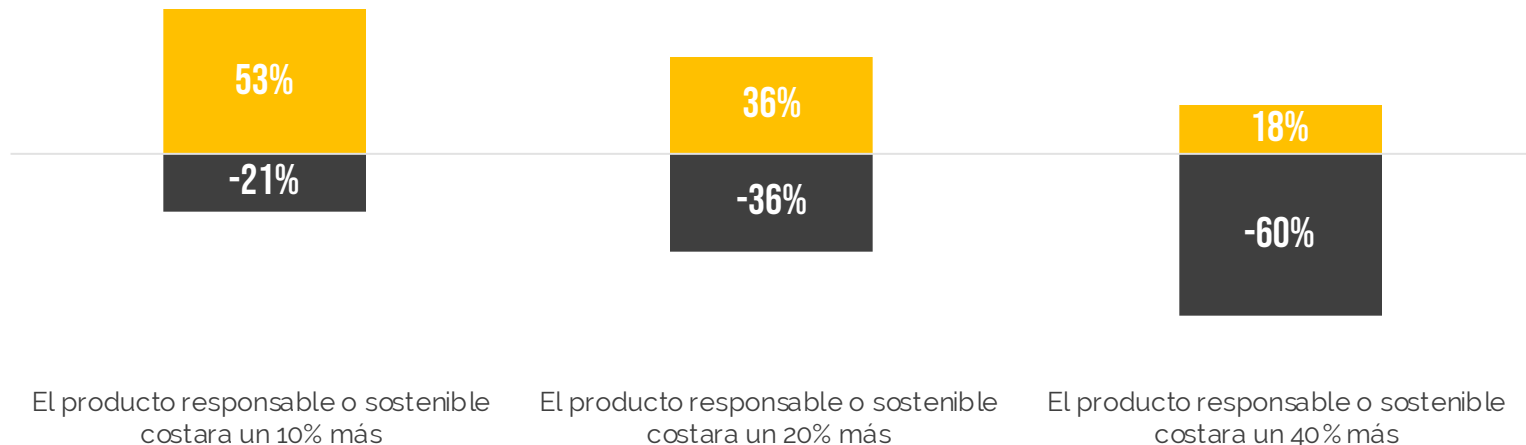


## CONSUMO RESPONSABLE – DISPOSICIÓN A PAGO

¿Qué tan dispuesto estaría a pagar más para comprar productos responsables o sostenibles si...?

■ % Totalmente o muy dispuesto

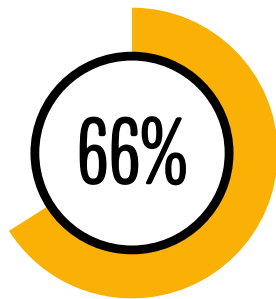
■ % Nada o poco dispuesto



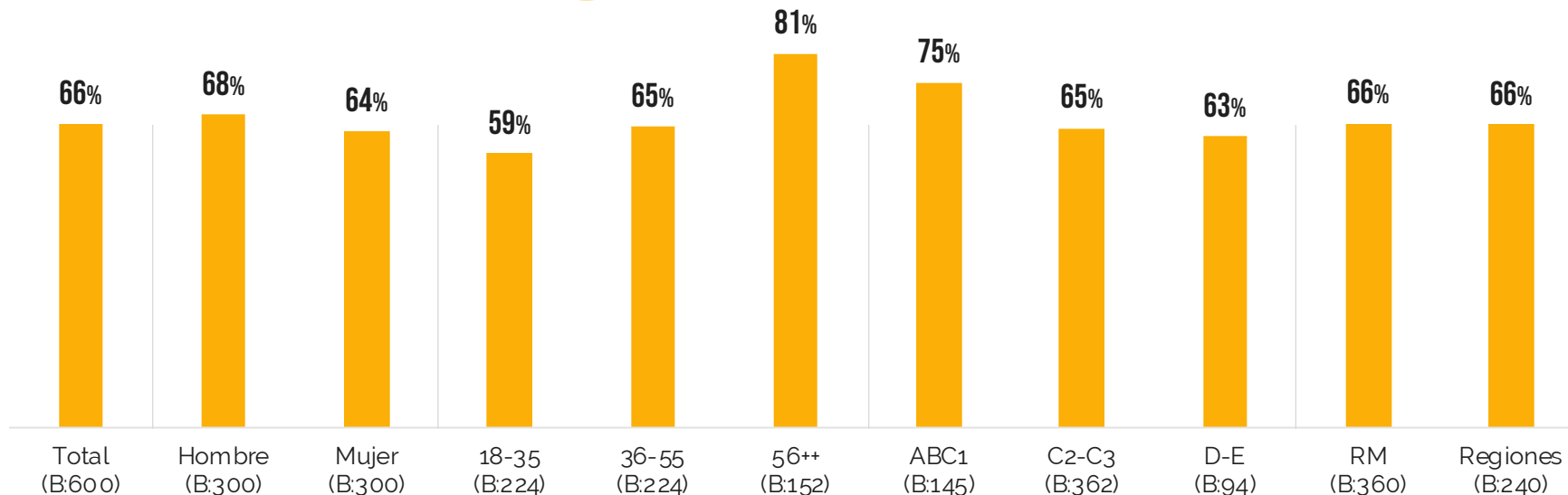


## CONSUMIDOR RESPONSABLE

¿Usted considera que es un consumidor responsable?



SE DECLARA COMO  
CONSUMIDOR RESPONSABLE

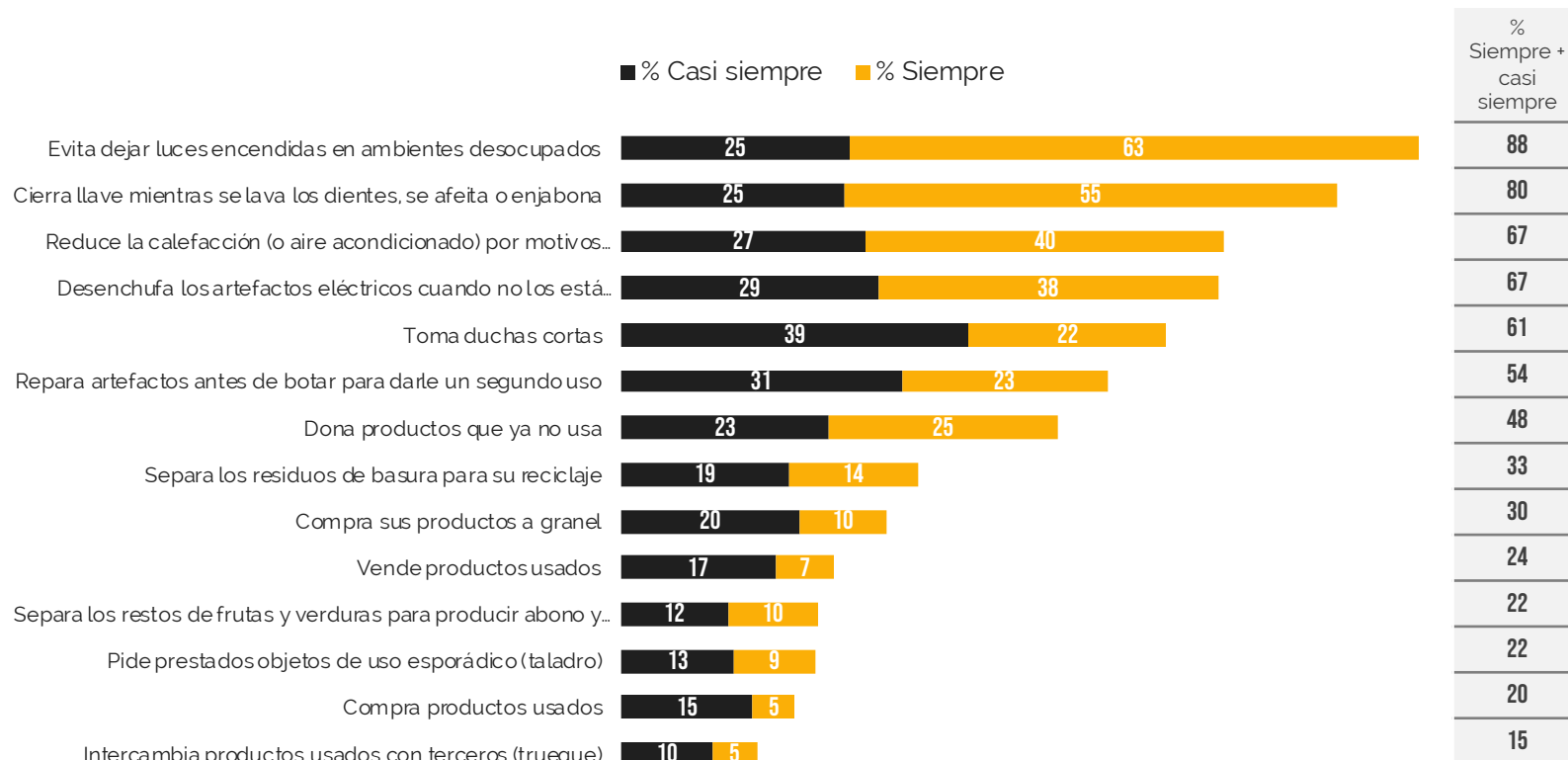




HOGAR

# HÁBITOS

¿Con qué frecuencia usted...?



Q9. ¿Usando una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia usted...? (B: 600)

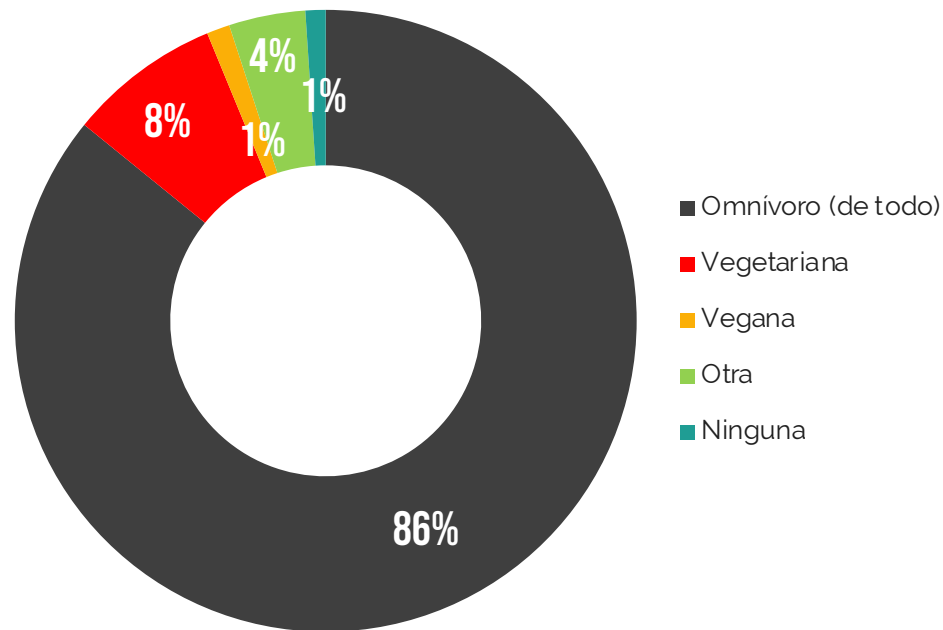
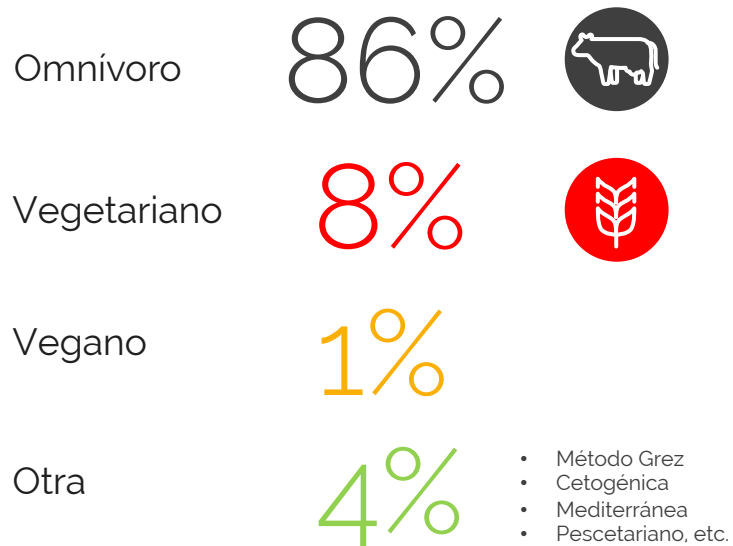


A close-up, high-angle shot of a market stall filled with various fruits and vegetables. The produce is arranged in several wooden baskets. In the foreground, there are large piles of ginger, green beans, and red chili peppers. Behind them, baskets contain green cucumbers, green and red bell peppers, and yellow and orange bell peppers. Further back, there are baskets of brown kiwis, green starfruit, and a large pile of red and green grapes. The background is filled with more baskets of apples, some red and some green, and other smaller fruits. The overall scene is very colorful and fresh.

ALIMENTACIÓN

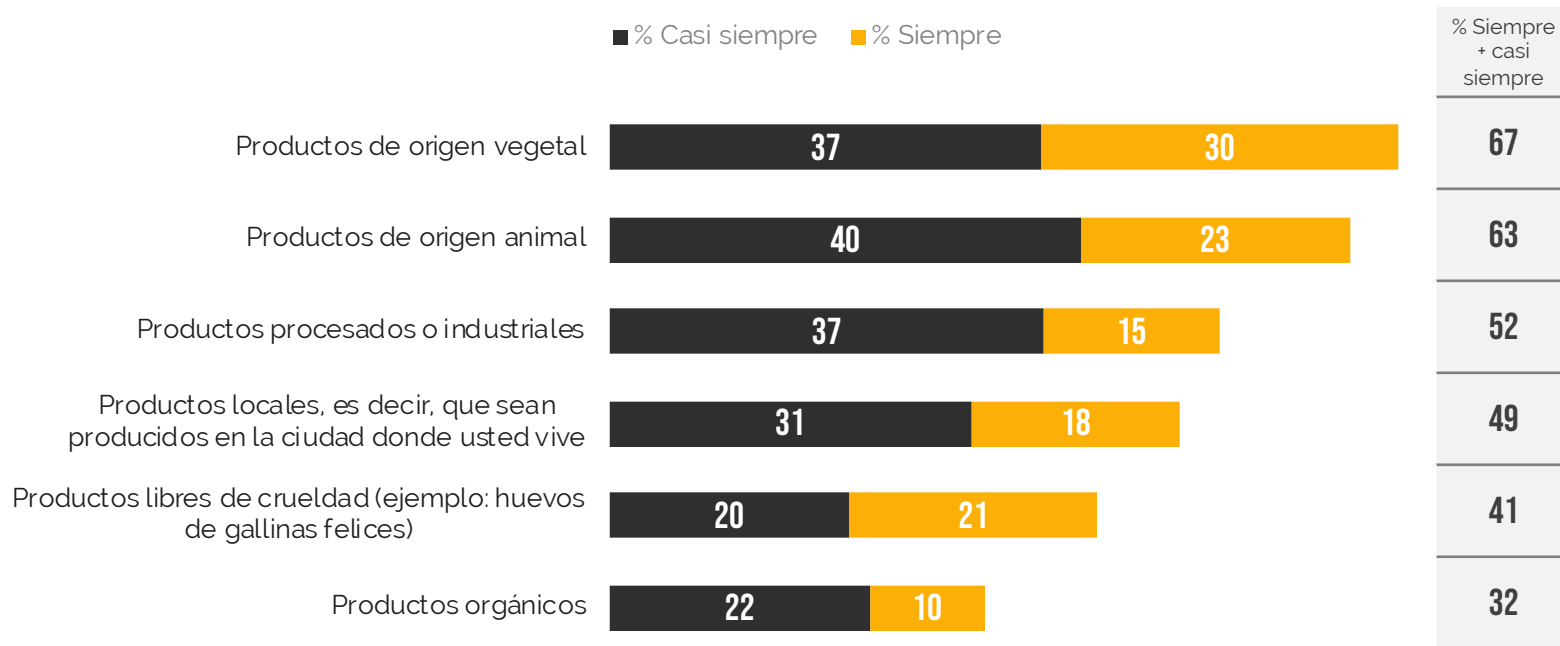
## TIPO DE DIETA

¿Cuál de los siguientes tipos de dieta consume regularmente?



# HÁBITOS

¿Con qué frecuencia usted consume...?

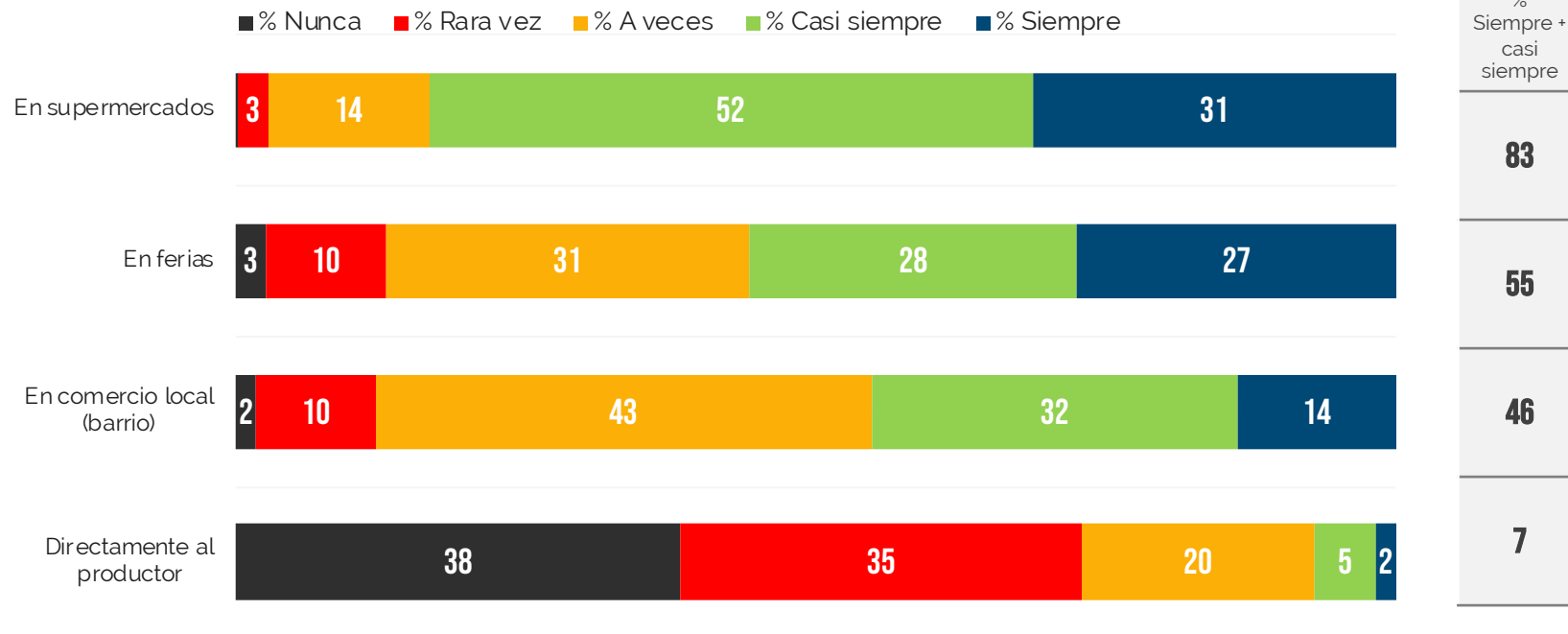


Q10. En relación a productos alimenticios, usando una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia consume...? (B: 600)



## LUGARES DE COMPRA

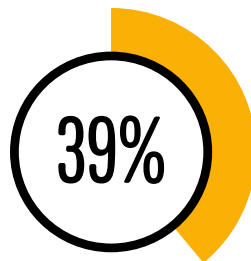
¿Con qué frecuencia compra...?



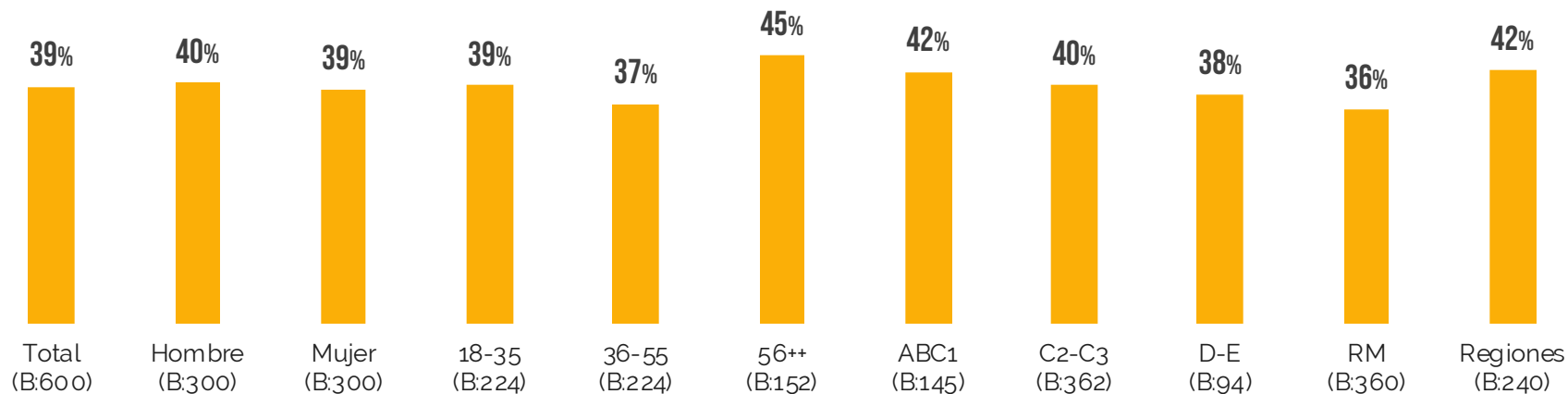
Q12. Respecto al lugar donde compra productos alimenticios, en una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia compra...? (B: 600)

## CULTIVO PARA CONSUMO PERSONAL

¿Usted o alguien de su hogar cultiva frutas o verduras para consumo personal?



DECLARA QUE ALGUIEN DE SU  
HOGAR CULTIVA FRUTAS VERDURAS  
PARA CONSUMO PERSONAL

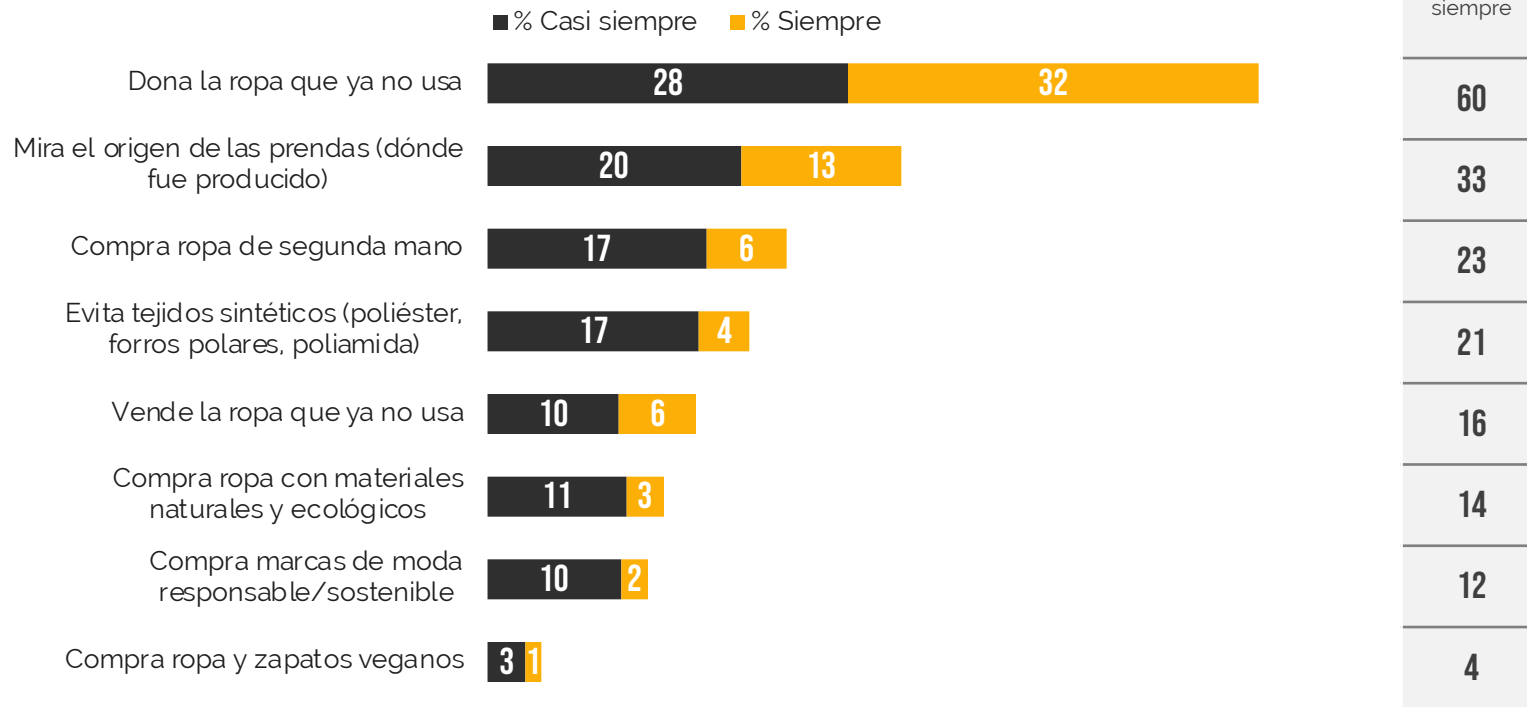


A close-up, slightly blurred photograph of a row of wooden hangers. The hangers are light-colored wood and are arranged in a row. From left to right, the visible clothing items are: a light purple long-sleeved shirt, a red long-sleeved shirt, a magenta long-sleeved shirt, a purple long-sleeved shirt, a green long-sleeved shirt, and a teal long-sleeved shirt. The background is a plain, light-colored wall.

VESTUARIO

# HÁBITOS

¿Con qué frecuencia usted...?



Q14. En relación a productos de vestuario, en una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia...? (B: 600)

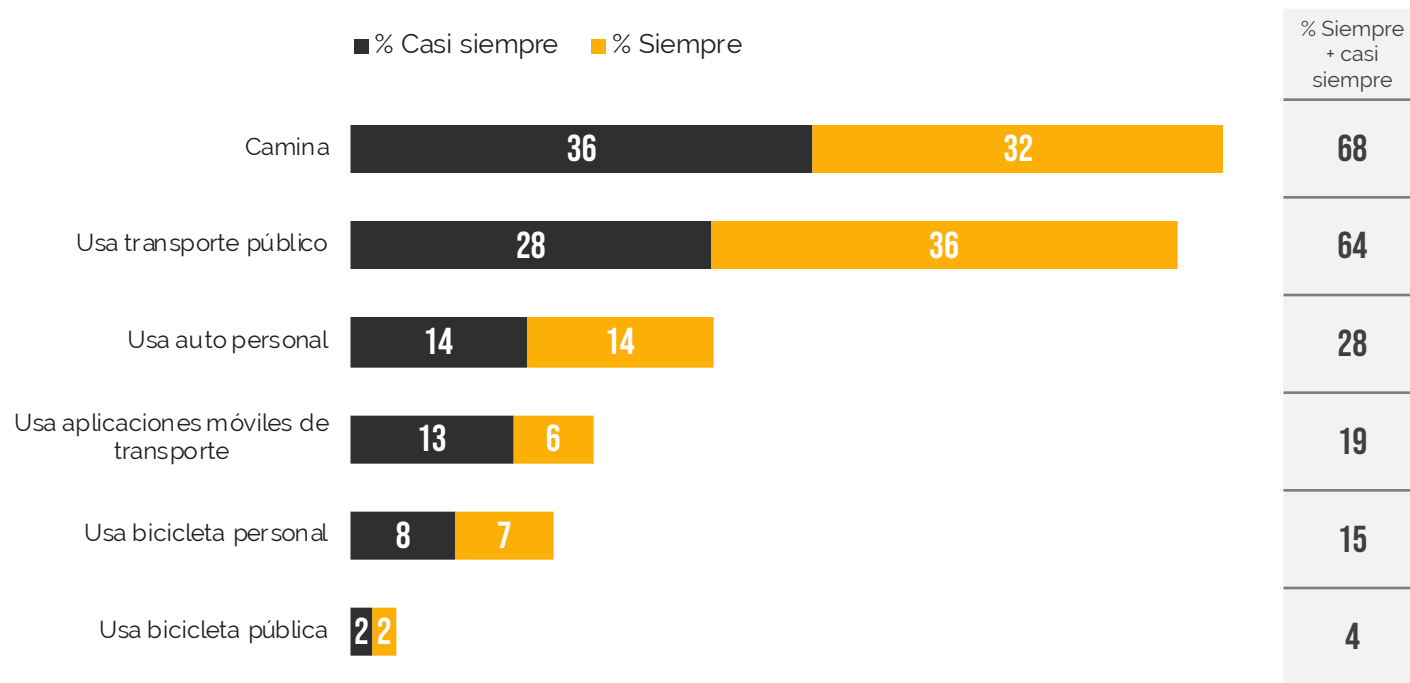




MOVILIDAD

# HÁBITOS

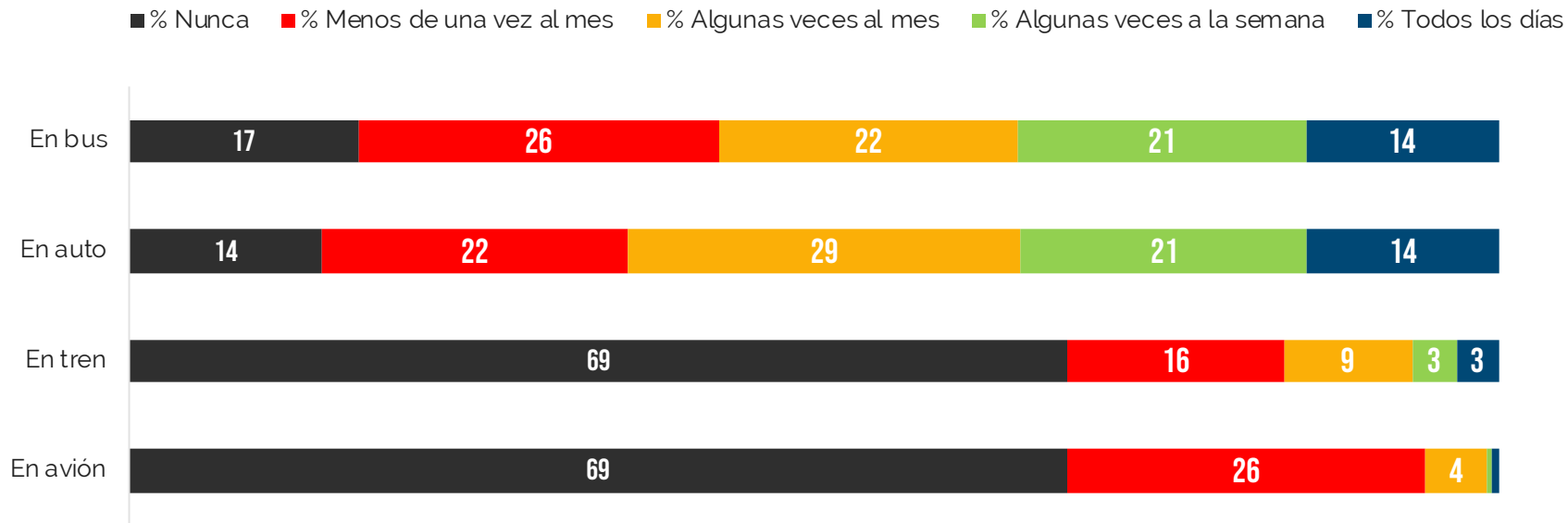
¿En una semana normal con que frecuencia usted...?



Q15. Pensando en los medios de transporte que utiliza en una semana normal, Usando una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia...? (B: 600)

# HÁBITOS

Pensando en el traslado entre ciudades en el último año, ¿con qué frecuencia viaja...?



Q16. Pensando en los medios de transporte que ha utilizado para el traslado entre ciudades en el último año. En una escala de 1 a 5, donde 1 es "nunca" y 5 "Todos los días", ¿con qué frecuencia viaja...? (B: 600)

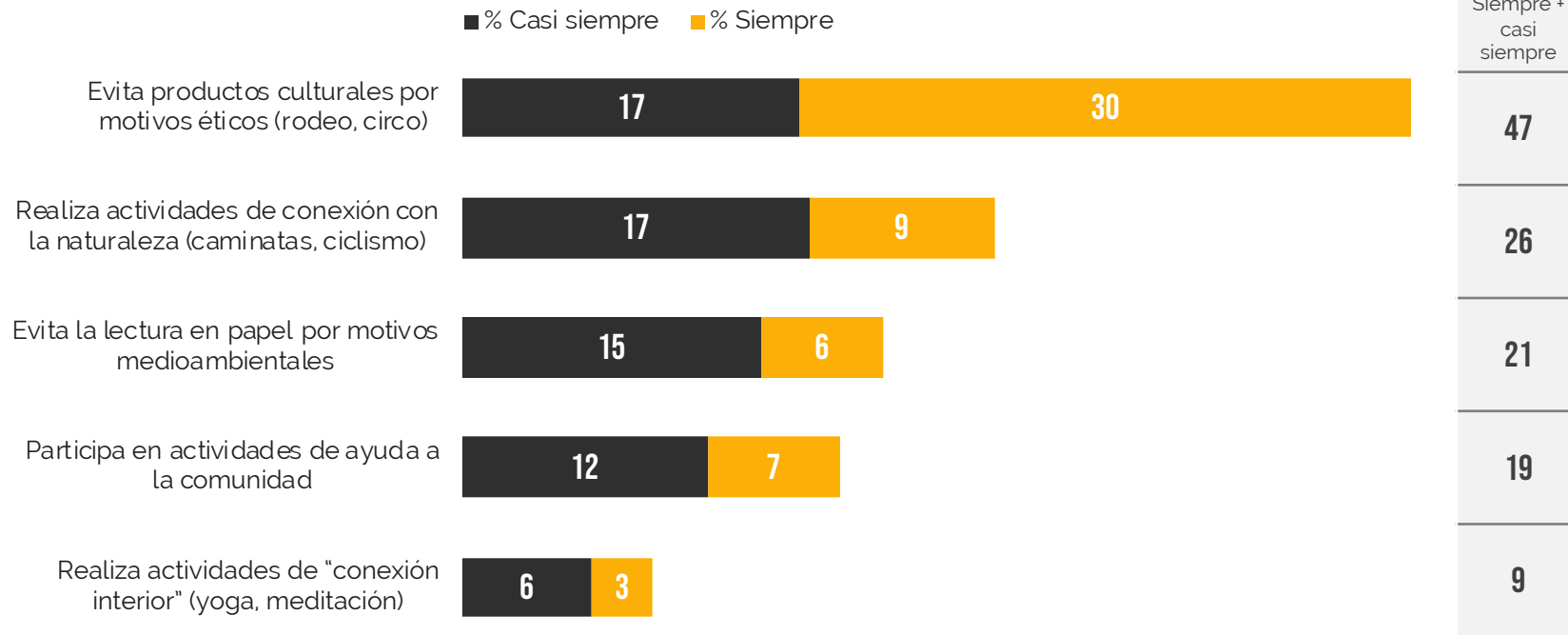
OCIO





# HÁBITOS

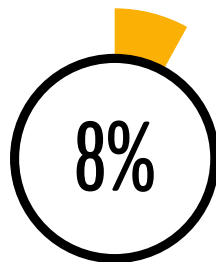
¿Con qué frecuencia usted...?



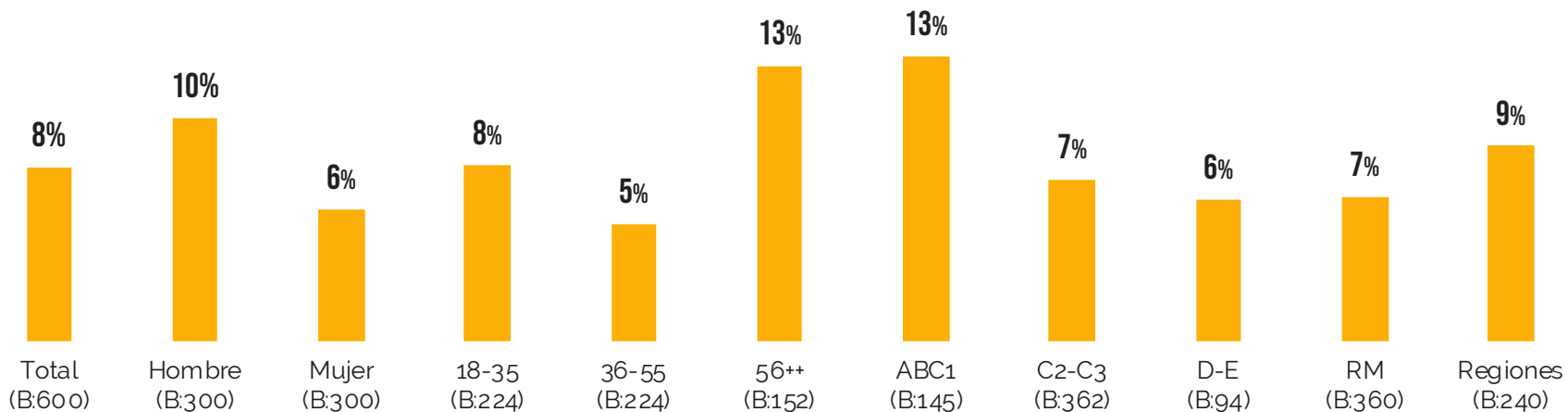
Q17. En una escala de 1 a 5 donde 1 es "nunca" y 5 "siempre", ¿con qué frecuencia...? (B: 600)

## INTERCAMBIO DE HOSPITALIDAD

¿Alguna vez ha realizado un intercambio de hospitalidad para viajeros sin cobro de dinero. Ej: couchsurfing?



DECLARA HABER REALIZADO UN  
INTERCAMBIO DE HOSPITALIDAD PARA  
VIAJEROS SIN COBRO DE DINERO





# DIFICULTADES Y BRECHAS

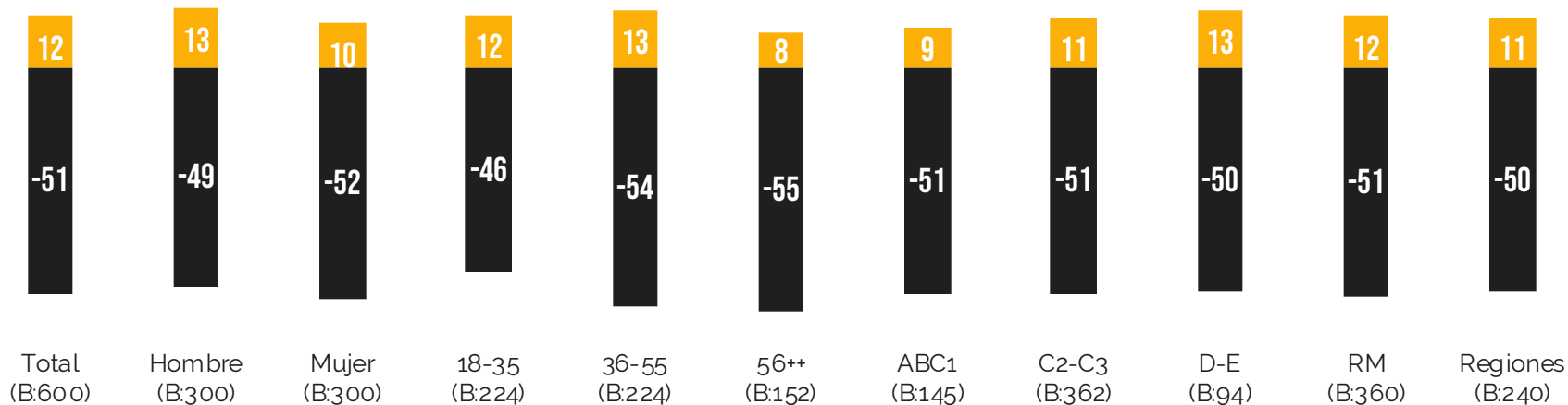
¿Qué tan fácil o difícil cree usted que es hoy comprar productos responsables o sostenibles?



DECLARA QUE ES FÁCIL O MUY FÁCIL  
COMPRAR PRODUCTOS RESPONSABLES  
O SOSTENIBLES

■ % Fácil o muy fácil

■ % Difícil o muy difícil





## CONSUMO RESPONSABLE – NIVELES DE DIFICULTAD

¿Cuáles son las 2 principales dificultades para comprar productos responsables o sostenibles?



SEÑALA QUE LAS PRINCIPALES  
DIFICULTADES SON LA POCA  
INFORMACIÓN Y EL COSTO



Q8. ¿Cuáles diría usted que son las 2 principales dificultades que existen para comprar productos responsables o sostenibles? Marque 2 alternativas (B: 600)



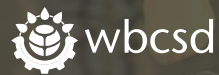
Agradecemos a **Sodimac**,  
que apoyó la realización de este estudio



A group of five people are sitting on a stone bench. From left to right: a woman in a grey jacket and light blue jeans holding a red phone; a man in a blue jacket and grey pants holding an open book; a person in a grey jacket and tan pants holding a tablet; a person in a black leather jacket and grey pants holding a white phone; and a woman in a black jacket and blue jeans holding a white phone. In front of them on the cobblestone ground are several colorful shopping bags: two yellow, one red, one green, one blue, one teal, one plaid, one white, one orange, one light green, and one lime green.

# ACCION EMPRESAS

Por un Desarrollo Sostenible



CONSCIENTES: Una mirada al nuevo consumo actual