estudio sustentaqué

Impacto de la sustentabilidad en el consumo

visión humana
La otra mirada

Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

BBDO CHILE

¿EL POR QUÉ DEL ESTUDIO?

La coyuntura actual ha puesto sobre la mesa que hoy por hoy, es un verdadero conflicto el uso de los recursos naturales, sociales y económicos. El foco está en cómo hacer que la satisfacción de las necesidades de hoy no afecten el devenir de las sociedades futuras evitando la explotación y mal uso de los recursos.

Se acuña entonces el término sustentabilidad para referirnos cuando en *una sociedad, existen las condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que permitan su funcionamiento en forma armónica en el tiempo y en el espacio.*

Hoy, se hace necesario evaluar qué tan extendido y democratizado se encuentra este concepto, indagando en qué nivel de comprensión se encuentra esta verdadera promesa en pro de más y mejor desarrollo para los ciudadanos del presente y del futuro. La primera forma de acercamiento será desde las personas en su rol de consumidores y la relación que ven entre sustentabilidad y el mundo del consumo masivo, asociándolo a categorías y marcas con las cuales se relacionan a diario. El objetivo así, será entender hasta qué punto la sustentabilidad se está transformado en un tópico de preocupación y gatillador de cambios en sus vidas.

A partir de esto, resulta importante entender el vínculo que existe entre las personas y las marcas que se perciben como sustentables, cómo afectan en la decisión de compra, preferencia, persuasión, recomendación y otros. Es decir, cómo es que el grupo de marcas con imagen sustentable, logra posicionarse dentro de las ocasiones de consumo y cuál es la relevancia que adquieren.

¿PARA QUÉ? OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Los objetivos específicos del estudio son:

- Explorar la significación que tiene la sustentabilidad para los consumidores: ¿Cómo definen la sustentabilidad?
- Identificar los beneficios más valorados que la sustentabilidad reporta para las personas.
- Determinar la percepción que tienen los consumidores de cara a las empresas y/o marcas que hoy se perciben como sustentables.
- Identificar las actitudes generales que presentan los consumidores en cuanto a la sustentabilidad de acuerdo a su disposición a pagar por ella, la lealtad, preferencia de compra y otras actitudes de compra.

¿COMÓ LO HAREMOS? METODOLOGÍA

Se entrevistarán a un total de 1.500 personas de 15 a 80 años pertenecientes a Santiago y las 11 principales ciudades del país de los niveles socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D.

Ciudades consideradas en el estudio: Arica, Iquique, Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Santiago, Rancagua, Talca, Concepción, Talcahuano, Temuco y Puerto Montt.

Error muestral de +/- 2,5%.

El trabajo de campo se realizará durante los meses de junio y julio 2011.

¿QUÉ GANO PARTICIPANDO? BENEFICIOS

La participación como patrocinador o colaborador en la realización del estudio considera los siguientes beneficios para las empresas:

- Participar en el primer estudio realizado en Chile acerca de sustentabilidad y su importancia para los consumidores.
- Presencia de marca en los medios y actividades de difusión pública del estudio.
- Acceso a la versión completa del estudio (la información pública será sólo parcial).
- Posibilidad de realizar presentaciones de resultados del estudio al interior de sus propias organizaciones.

REALIZADO POR:

visión humana
La otra mirada

Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

BBDO CHILE

estudio sustentaqué

Impacto de la sustentabilidad en el consumo