



**Análisis del Comportamiento del Consumidor frente al uso de Productos de un Solo Uso y
Productos de Aseo Biodegradables en la Ciudad de Armenia**

Diana Marcela G Pineda y William Fernando M Ordóñez

Administración de Empresas, Corporación Universitaria Remington

Dr. Luis Fernando Moncada Rendon

11 de septiembre de 2024

Agradecimiento.

Agradecemos en primera instancia a Dios por permitirnos cumplir este objetivo personal y académico, a nuestros familiares por el apoyo incondicional y acompañamiento en este camino, a la institución y docentes por los conocimientos adquiridos los cuales nos ayudan a nuestro crecimiento profesional y personal

Contenido

Palabras claves	8
Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
Justificación	1
Objetivo general.....	1
Objetivos específicos	1
Planteamiento del problema.....	¡Error! Marcador no definido.
Metodología	¡Error! Marcador no definido.
Estado del arte de la investigación o referente teórico	¡Error! Marcador no definido.
Elaboración del instrumento para recolección de la información.....	1
Figura 1. <i>Ponderado Estrato Socioeconómico</i>	5
Figura 2. <i>Percepción Daño Ambiental Por Uso de Plásticos</i>	5
Figura 3. <i>Daño Ambiental por Compuestos Químicos en Productos Para Aseo</i>	6
Figura 4. <i>Conocimiento Respecto a los Productos Amigables con el Medio Ambiente</i>	7
Figura 5. <i>Precios, Marcas y Presentación de Productos Convencionales para el Aseo</i>	7
Figura 6. <i>Productos Amigables con el Medio Ambiente en Supermercados.</i>	8
Figura 7. <i>Productos Amigables con el Medio Ambiente en Supermercados.</i>	9
Figura 8. <i>Cuidado del Medio Ambiente Productos de Aseo y Vajillas Desechables.</i>	9
Figura 9. <i>Percepción Precios de Productos Biodegradables vs Productos Tradicionales</i>	10
Figura 10. <i>Tendencia en la Comunidad Respecto al Cuidado del Medio Ambiente</i>	11
Figura 11. <i>Información Referente a Sensibilización Sobre el Medio Ambiente</i>	11
Figura 12. <i>Información sobre Utilizar Productos Amigables con el Medio Ambiente</i>	12

<i>Figura 13. Percepción Sobre el Impacto Positivo de Reemplazar Plásticos de un Solo Uso por Productos Biodegradables.</i>	13
<i>Figura 14. Compra de Productos Biodegradables Respecto al Marketing.</i>	13
<i>Figura 15. Desafíos que Asume el Comprador para Obtener Productos Biodegradables</i>	14



	15
Autorización para el tratamiento de datos personales.....	15
<i>Tabla 1. Relación de Objetivos.</i>	16
<i>Tabla 2. Supermercados Encuestados</i>	18
Resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.
webgrafía.....	19

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Relación de Objetivos</i>	16
<i>Tabla 2. Supermercados Encuestados</i>	18

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Ponderado Estrato Socioeconómico</i>	5
<i>Figura 2. Percepción Daño Ambiental Por Uso de Plásticos</i>	5
<i>Figura 3. Percepción Daño Ambiental por Compuestos Químicos en Productos Para Aseo</i>	6
<i>Figura 4. Conocimiento Respecto a los Productos Amigables con el Medio Ambiente</i>	7
<i>Figura 5. Conocimiento respecto a Precios, Marcas y Presentación de Productos Convencionales para el Aseo</i>	7
<i>Figura 6. Conocimiento Respecto a los Productos Amigables con el Medio Ambiente que se Venden en los Supermercados.</i>	8
<i>Figura 7. Conocimiento Referente a la Facilidad de Ubicación de Productos Amigables con el Medio Ambiente en Supermercados</i>	9
<i>Figura 8. Información Referente al cuidado del Medio Ambiente al Momento de Adquirir Productos de Aseo y Vajillas Desechables.</i>	9
<i>Figura 9. Percepción Económica Referente a los Precios de Productos Biodegradables vs Productos Tradicionales</i>	10
<i>Figura 10. Tendencia en la Comunidad Respecto al Cuidado del Medio Ambiente</i>	11
<i>Figura 11. Información Referente a Sensibilización Sobre el Medio Ambiente</i>	11
<i>Figura 12. Información Referente a la Concientización de Utilizar Productos Amigables con el Medio Ambiente</i>	12

<i>Figura 13. Percepción Sobre el Impacto Positivo de Reemplazar Plásticos de un Solo Uso por Productos Biodegradables.....</i>	13
<i>Figura 14. Percepción Frente a la Decisión de Compra de Productos Biodegradables Respecto al Marketing.....</i>	13
<i>Figura 15. Percepción Frente a los Desafíos que Asume el Comprador para Obtener Productos Biodegradables</i>	14

Resumen

Desde la revolución industrial, (1760-1840). Todos los procesos fabriles tuvieron una evolución y transformación significativa. Esta revolución tecnológica-industrial trajeron múltiples beneficios, sin embargo, todas las actividades directas e indirectas derivadas de los procesos productivos en el sector primario, secundario y terciario han generado con el paso del tiempo daños graves e irreparables al medio ambiente (aire, fauna, flora, agua).

En los últimos años se han realizado varias cumbres ambientales sobre el cambio climático. (Johannes Burgo 2002, Bali 2007, Copenhague 2009, Doha 2012, Bogotá 2019), donde cuyo objetivo principal es la preservación del medio ambiente y se aboga por el uso responsable y sostenible de los recursos naturales.

Las industrias se ven abocadas a contribuir en la solución de esta problemática ambiental de manera sostenible, tratando de disminuir el impacto ambiental derivado de sus actividades industriales, elaborando productos amigables con el medio ambiente, como por ejemplos: reemplazando producto de un solo uso por productos biodegradables.

En este trabajo se busca determinar la relación existente entre el cuidado del medioambiente y la adquisición de productos amigables con el medio ambiente, además evidenciar el impacto que tiene en el consumidor las estrategias de marketing de las empresas dedicadas a la elaboración, distribución y comercio de productos amigables con el medio ambiente.

Palabras claves

-Aspecto ambiental: Elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que puede interactuar con el ambiente.

-Impacto ambiental: Cualquier cambio en el medio ambiente, ya sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales.

-Medio ambiente: Entorno en el cual una organización opera, incluidos el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones.

-Productos biodegradables: se conocen como productos biodegradables aquellos que tienen la capacidad de descomponerse de manera natural en poco tiempo.

-Productos amigables con el medio ambiente. Un producto eco friendly es aquel que ha sido elaborado y fabricado respetando el medio ambiente, poniendo foco en los beneficios para este, y en su posterior reciclaje.

-Productos de un solo uso: Los productos de un solo uso son aquellos que están diseñados para ser desechados después de su primer uso y no son reutilizables. Están hechos principalmente de productos químicos a base de combustibles fósiles (petroquímicos) y están destinados a ser eliminados inmediatamente después del uso, a menudo, en solo unos minutos

Introducción

El crecimiento socioeconómico de los países ha tenido como consecuencia un desarrollo industrial exponencial. Desde la revolución industrial, (1760-1840) todos los procesos fabriles tuvieron una evolución y transformación significativa, esto debido a que en las fábricas se establecieron cadenas de procesos, Los principales campos en los que se produjeron las innovaciones fueron el de la energía (máquina de vapor), la producción textil (hilado y tejido mecánico del algodón), la metalurgia (altos hornos que podían fundir mineral y producir acero a gran escala) y, finalmente, los transportes (locomotora 1084 Richard Trevithick).

El primer plástico fue la parkesina, inventada por el químico inglés Alexander Parkes patentada en **1862**. En esencia era nitrocelulosa ablandada con aceites vegetales y alcanfor. El estadounidense John W. Hyatt descubrió el papel fundamental del alcanfor en la plasticización y llamó a la sustancia celuloide. Tomado de <https://acortar.link/PI8oVS>; en 1965 - La bolsa de polietileno de una sola pieza es patentada por la empresa sueca Celloplast. Diseñada por el ingeniero Sten Gustaf Thulin, la bolsa de plástico comienza a reemplazar rápidamente la tela y el plástico en Europa. Tomado de <https://acortar.link/m1hbn>

Esta revolución tecnológica - industrial, desarrollada en ocasiones en la producción en línea, trae múltiples beneficios, sin embargo, todas las actividades directas e indirectas derivadas de los procesos productivos en el sector primario, secundario y terciario han generado con el paso del tiempo deterioro en el medio ambiente a los cuales se les realiza, específicamente los generados por el hombre, desde entonces han tenido exiguas evaluaciones del daño generado como producto de indebidas prácticas en cuanto al cuidado mínimo al medio ambiente y los entornos en los cuales cohabitan.

En los últimos años, en varias cumbres ambientales sobre cambio climático realizadas en Johannesburgo 2002, Bali 2007, Copenhague 2009, Doha 2012, Bogotá 2019 donde cuyo objetivo principal es la preservación del medio ambiente, el uso responsable de los recursos naturales, la utilización de energías renovables, el estudio y mitigación del calentamiento global. Las industrias se ven abocadas a contribuir en la solución de esta problemática ambiental de manera sostenible, tratando de disminuir el impacto ambiental derivado de sus actividades industriales, elaborando productos amigables con el medio ambiente, como por ejemplos: reemplazando producto de un solo uso (vajillas desechables) por productos biodegradables,(pitillos de cartón o madera, platos y vasos de cartón, cubiertos elaborados en bambú, y en el caso de los productos de aseo como detergentes en polvo, líquidos, ceras, jabones, etc., algunas empresas colombianas (Ultrex, Soji, Klaxen) elaboran estos productos con materiales también biodegradables.

La industria del plástico, cualquiera en sus formas, y en sus diversas formas de utilización, como por ejemplo: en la industria de los alimentos,(empaques plásticos para aceites, margarinas) industria de las bebidas gaseosas, la industria de sillas, mesas plásticas, las telas sintéticas utilizadas en el sector agrícola, la industria de la publicidad, generan toneladas de estos productos que una vez cumplido su ciclo de vida útil son desechados de manera indebida, causando un notorio daño a los diversos ecosistemas (mares, ríos, quebradas, terrenos, ciudades

Estado del arte de la investigación o referente teórico

Se toma como referencia para la investigación el libro “Desarrollo sostenible, problemáticas, agentes y estrategias” de la autora María Ángeles Murga Menoyo. En este libro, en su título 2.2 trata sobre un desarrollo sostenible, basado en usar y administrar los recursos actuales sin perjudicar a las futuras generaciones.

El plan para la gestión sostenible de los plásticos de un solo uso describe la problemática ambiental derivada de la falta de conocimiento y cultura ciudadana, sumado a sistemas deficientes de aprovechamiento, la falta de políticas públicas para el cierre de ciclos, entre otros, ha generado impactos sobre los ecosistemas continentales, marinos y costeros.

Tesis para especialización: “Impacto del plástico de un solo uso y alternativas para su sustitución en el municipio de Urrao” del autor Juan Fernando Sánchez Duran. Tecnológico de Antioquia, institución universitaria, facultad ingeniería ambiental. Medellín Colombia 2020:

“La demanda en el uso de envases y empaques de un solo uso, ha sido materia de preocupación ambiental, de ahí que, dentro de los objetivos de Desarrollo Sostenible adoptados por la ONU se encuentra: “Producción y consumo responsables”, para garantizar modalidades de consumo y producción sostenible, en el cual, son abordadas la 3R de Reducción, Reciclaje y Reutilización para alcanzar una gestión y un uso más eficiente de los recursos naturales.”

The World Counts”, en el mundo se consumen 5 trillones de bolsas plásticas al año y cada segundo 160.000 bolsas son usadas, por tanto, en promedio cada persona utiliza 700 bolsas al año y menos del 1% son recicladas (ONU medio ambiente, 2018).

Planteamiento del problema

El desarrollo del plástico fue un gran avance para la industria, teniendo en cuenta su utilidad y sus bajos costos utilizados como materias primas en la elaboración de empaques, productos, esto ha generado un consumo y uso masivo en las últimas décadas, este material es utilizado en todos los sectores industriales, de igual manera utilizados en el sector terciario, alimenticio, textil, manufacturero, entre otros, y su inadecuada disposición final ha generado muchos aspectos e impactos ambientales causando daños en el medio ambiente.

Si bien no hay un estudio específico y concluyente que indague o brinde información acerca de comportamiento y motivaciones del consumidor al momento de adquirir estos productos, se propone una investigación que genere información acerca de la respuesta y motivadores de la población de Armenia con respecto a la compra o no de productos biodegradables y de un solo uso.

Justificación

Conociendo la problemática ambiental mundial, anteriormente descrita, surge un interrogante “¿Cuál es la respuesta y las motivaciones de los consumidores frente a productos de aseo biodegradables y de un solo uso disponibles en el mercado, ¿Desarrollan las empresas la suficiente comunicación para informar a los consumidores de la existencia en el mercado de productos amigables con el medio ambiente o biodegradables? Para dar respuesta a las anteriores preguntas es necesario determinar el comportamiento de compra y cuáles son las motivaciones del consumidor final frente a estos tipos de productos, indagar acerca sobre el impacto comunicacional de las empresas en el consumidor por medio de campañas de marketing-mix.

Se pretende determinar si existe una conciencia ecológica y conocimiento en los habitantes de la ciudad de Armenia frente al daño ambiental que generan los productos plásticos de un solo uso, y el uso de productos de aseo convencionales, es decir, no biodegradables, de igual manera es importante determinar si las empresas que están alineadas con el mercadeo ecológico promocionan de manera adecuada estos productos.

La principal problemática que lleva a investigar las motivaciones del consumidor al momento de adquirir productos de un solo uso y productos de aseo biodegradables en la ciudad de Armenia, hipotéticamente podría ser el desconocimiento frente a los impactos y daños que se generan en el medio ambiente por causa de los residuos sólidos generados en la ciudad por sus habitantes. Adicionalmente, se pretende identificar otras variables tales como, las estrategias de marketing utilizadas por las organizaciones que desarrollan para el mercado productos novedosos, amigables con el medio ambiente y el valor en términos de dinero de estos frente a los productos ya existentes en el mercado.

Por lo anteriormente escrito, y como referencia, en el relleno sanitario Andalucía, ubicado en el municipio de Montenegro Quindío gran parte de los residuos son productos de un solo uso y/o plásticos, sus componentes químicos derivados en su mayoría del petróleo son altamente contaminantes y su descomposición tarda más de 100 años. Según el artículo del periódico de la crónica del Quindío, publicado en enero de 2021 en la ciudad de Armenia se generaron aproximadamente más de 82.000 toneladas en el año 2020.

Empresas como Ecogreen situadas en Bogotá, hacen ingentes esfuerzos en la elaboración de productos de un solo uso biodegradables a base de almidón de maíz y otros biopolímeros que al cumplir su ciclo retornan a la naturaleza sin causar impacto o deterioro ambiental, dichos productos son distribuidos y comercializados a través de mayoristas y minoristas en la ciudad de Armenia. Por otro lado, empresas como Doficlean se enfocan en la elaboración de productos de aseo como detergentes líquidos para la ropa, limpia pisos, lavalozas líquido, entre otros.

Empresas como Reciclar ubicada en la ciudad de Armenia, disminuyen este impacto al recolectar envases plásticos de bebidas azucaradas, cartones, entre otros residuos sólidos aprovechables para su posterior transformación.

De alguna manera, las empresas están haciendo un esfuerzo como se mencionó anteriormente para contribuir a la disminución del impacto ambiental con estos productos.

Por medio de la investigación, se pretende también conocer la respuesta de los consumidores frente al uso y/o adquisición de productos amigables con el medio ambiente.

Objetivo general

Analizar el comportamiento del consumidor frente al uso de productos de un solo uso y productos de aseo biodegradables en la ciudad de Armenia.

Objetivos específicos

Conocer los motivos que determinan en el consumidor la compra de productos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo en la ciudad de Armenia.

Conocer la efectividad de las estrategias de marketing-mix de las empresas comercializadoras de productos biodegradables y plásticos de un solo uso.

Identificar la cultura del cuidado y preservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos naturales por parte del consumidor

Conocer la relación existente entre precio, marca como factores que determina la compra por parte del consumidor.

Metodología

Tipo de investigación descriptiva, la cual, según Sampieri, es aquella que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a cualquier tipo de análisis.

La obtención de la información se hará mediante la aplicación de encuestas, obtendremos información sociodemográfica, comportamiento y capacidad adquisitiva de una muestra de la población de Armenia. Las encuestas se aplicarán utilizando Google Forms. La información adquirida se analizará de manera transparente y objetiva, permitiendo obtener resultados fidedignos para el desarrollo honesto y veraz de la investigación.

Tesis para maestría “La evolución regulatoria de plásticos de un solo uso en Colombia” autora Karen Paola Orjuela Terán, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Maestría en Derecho Ambiental y Sostenibilidad 2022:

“Estos plásticos destinados para un solo uso afectan ambientalmente en gran magnitud, pues son uno de los problemas más grandes que originan contaminación ambiental, tanto a corto plazo como a largo plazo. La situación actual es preocupante, pues, aunque ya se estén presentando regulaciones con la producción y distribución de estos plásticos, se logra analizar que el daño ya está hecho”

Resultados

El mayor porcentaje de personas encuestadas residen en el estrato socioeconómico 3, seguido por residentes en el estrato 2 con porcentajes del 32.9 % y 25%, respectivamente, el estrato 4 tienen una participación del 20%. La anterior participación por estrato es representativa y permite obtener datos más amplios y abiertos.

Se pudo establecer que más del 50% de las personas encuestadas conocen los daños causados al medio ambiente por los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables (vasos, platos, contenedores, cubiertos, pitillos, bandejas) y productos de aseo tales como (limpia pisos, lavalozas, detergentes). Este resultado permite concluir que las personas conocen los problemas ambientales causados por el uso de los plásticos de un solo uso y productos para el aseo tradicionales y un 80% de las personas encuestadas conocen qué es un producto amigable con el medio ambiente, lo que evidencia una conciencia ambiental en los encuestados.

El 70% de las personas encuestadas si tienen en cuenta los precios a la hora de realizar la compra, esto indica que el precio es un factor determinante al momento de realizar este tipo de compras.

El 50% de las personas encuestadas afirman que conocen las ofertas y encuentran fácilmente productos amigables con el medio ambiente que tienen en su supermercado de su preferencia, se puede afirmar que, en la oferta de estos productos, las empresas deben desarrollar estrategias de marketing enfocadas a dar más información sobre productos de este tipo ofertado.

El 67% de las personas encuestadas afirman que al momento de adquirir productos para el aseo y vajillas desechables sí piensan adquirir productos amigables con el medio ambiente, lo que puede ser una oportunidad para que las nuevas marcas en el mercado promocionen sus productos, sin embargo el 72% de las personas encuestadas aducen que los productos amigables

con el medio ambiente son más costosos en comparación con los productos tradicionales, esta razón puede concluir que para ingresar a un mercado con este tipo de producto es recomendable que las empresas analicen la estructura de costo a fin de ofertarlos con precios asequibles.

El 81% de las personas encuestadas informan que se identifica con la tendencia de cuidado y preservación del medio ambiente lo que se puede evidenciar como una oportunidad para las marcas emergentes de productos amigables con el medio ambiente.

El 87% de las personas encuestadas contribuyen al cuidado del medio ambiente mediante la compra y/o adquisición de productos amigables con el medio ambiente.

El 48% de los encuestados indican que el precio es la principal condición para la adquisición de estos productos.

Conclusiones.

La información recolectada en las encuestas, permite afirmar que los ciudadanos conocen qué es un producto amigable con el medio ambiente; sin embargo, al momento de realizar la compra del producto tienen en cuenta variables como precios, marca, la limitante entonces para la adquisición de estos productos es sin duda alguna el precio, puesto que, estos productos si tienen un valor más alto si se compara con productos convencionales, es decir no biodegradable o amigables con el medio ambiente.

Aun conociendo la existencia de este tipo de productos, (amigables con el medio ambiente) la tendencia indica que en los establecimientos comerciales las personas no encuentran fácilmente este tipo de productos, esto como consecuencia de la poca promoción de las ofertas y a su elevado precio respecto a los productos convencionales. (no amigables con el medio ambiente) como ya se escribió anteriormente.

Las personas encuestadas afirman que se identifican con el cuidado preservación y uso racional de los recursos naturales, es decir si existe una cultura del cuidado del medio ambiente, visto así, las empresas productoras y comercializadoras de productos amigables con el medio ambiente deben aumentar su esfuerzo desde las áreas comercial y marketing para dar a conocer estos productos a fin de que los consumidores pueden identificar las ofertas y características del producto para su respectiva adquisición.

Elaboración del instrumento para recolección de la información

Esta encuesta pretende recolectar información acerca de impactos ambientales específicamente en el comportamiento del consumidor frente al uso de productos plásticos de un solo uso y productos para el aseo biodegradables en la ciudad de Armenia Quindío

Para la aplicación del siguiente cuestionario los autores cumplen con los criterios legislativos establecidos en la ley 1581 de 2012 Ley de protección de datos

1 ¿En qué estrato socioeconómico reside usted?

Estrato 1 2 3 4 5

2 ¿Conoce usted los daños que causa al medio ambiente, los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables? (vasos, platos, contenedores, cubiertos, pitillos, bandejas)

Si No

Si la respuesta es afirmativa, por favor enuncie algunos de los daños que causa al medio ambiente los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables.

3 ¿Conoce usted los daños que causa el medio ambiente, los componentes químicos con los que se elaboran los productos para el aseo? (lavalozas, limpia pisos, detergentes, desmanchadores, aromatizantes, jabones)

Si No

Si la respuesta es afirmativa, por favor enuncie algunos de los daños que causa al medio ambiente los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables.

4 ¿Sabe usted qué es un producto amigable con el medio ambiente?

Si No

5 ¿Tiene en cuenta los precios, marca, presentación al momento de comprar productos convencionales para el aseo?

Si No

6 ¿Conoce usted la oferta de productos amigables con el medio ambiente que tienen a la venta para el público su supermercado o tienda de preferencia?

Si No

7 ¿Encuentra e Identifica fácilmente en los supermercados y tiendas los productos que se ofertan al público y son amigables con el medio ambiente?

Si No

8 ¿Cuándo usted requiere productos para el aseo y vajillas desechables piensa en comprar productos amigables con el medio ambiente?

Si No

9 ¿Considera que los precios de los productos biodegradables para el aseo y productos de un solo uso son más costosos que los tradicionales?

Si No

10. ¿Se identifica usted con la tendencia de cuidado y conservación del medio ambiente?

Si No

11- ¿Qué campañas de comunicación sobre productos amigables con el medio ambiente conoce?

No conozco ninguna campaña

12- Al momento de comprar productos para el aseo y productos desechables tiene en cuenta que sean amigables con el medio ambiente?

Si No

13 ¿Considera usted que al momento de adquirir productos que reemplacen los plásticos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo está contribuyendo al cuidado del medio ambiente?

Si No

14. ¿Considera usted que la decisión de compra para productos biodegradables que reemplazan los plásticos de un solo uso y los productos biodegradables para el aseo puede ser influenciada por las campañas de marketing realizadas por las empresas que los comercializan?

Si No

15. ¿Al momento de adquirir productos que reemplazan los plásticos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo, ¿cuál es la principal condición que tiene en cuenta?

A. Precio

B. Marca

C. Cantidad

D. No se fija si los productos tienen esta característica

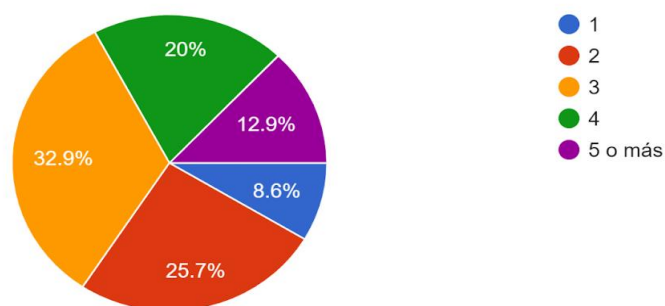
E. No se fija si los productos son o no amigables con el medio ambiente.

10. Resultados aplicación de la encuesta

Pregunta · 1 En que estrato socioeconómico reside usted?

Figura 1. Ponderado Estrato Socioeconómico

Estrato Socioeconómico
70 respuestas

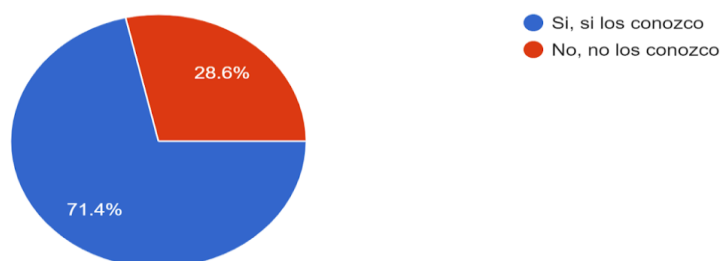


El mayor porcentaje de personas encuestadas residen en el estrato socioeconómico 3, seguido por residentes en el estrato socioeconómico 2 con porcentajes del 32.9 % y 25%, respectivamente, el estrato socioeconómico 4 tienen una participación del 20%

Pregunta 2

Figura 2. Percepción Daño Ambiental Por Uso de Plásticos

2. ¿Conoce usted los daños que causa al medio ambiente los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables? (vasos, platos, contenedores, cubiertos, pitillos, bandejas)
70 respuestas



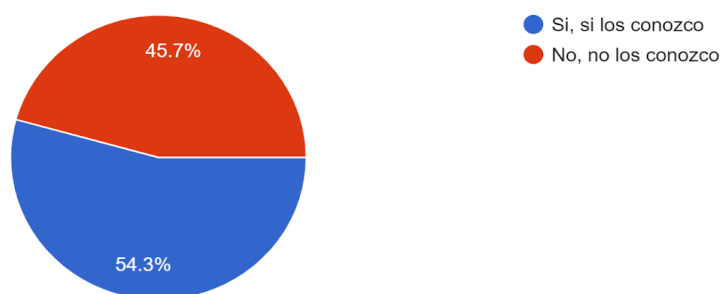
Más del 50% de las personas encuestadas conocen los daños causados al medio ambiente por los plásticos con los que están fabricadas las vajillas desechables (vasos, platos, contenedores, cubiertos, pitillos, bandejas) y productos de aseo tales como (limpia pisos, lavalozas, detergentes)

Este resultado permite concluir que hay personas que conocen los problemas ambientales causados por el uso derivados de los plásticos de un solo uso y productos para el aseo tradicionales.

Pregunta 3

Figura 3. Daño Ambiental por Compuestos Químicos en Productos Para Aseo

3. ¿Conoce usted los daños que causa el medio ambiente, los componentes químicos con los que se elaboran los productos para el aseo? (lava loza...gentes, des manchadores, aromatizantes, jabones)
70 respuestas

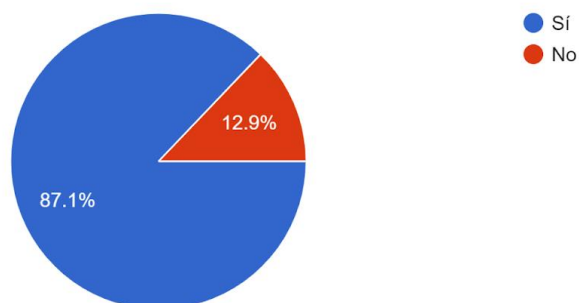


Más del 50% de las personas encuestadas conocen los daños que le causan al medio ambiente los componentes químicos con los que se elaboran los productos para el aseo.

Pregunta 4

Figura 4. Conocimiento Respecto a los Productos Amigables con el Medio Ambiente

4. ¿Sabe usted qué es un producto amigable con el medio ambiente?
70 respuestas

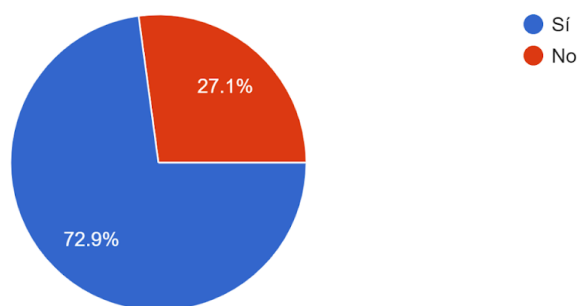


El 80% de las personas encuestadas conocen qué es un producto amigable con el medio ambiente, lo que evidencia una conciencia ambiental en los encuestados.

Pregunta 5

Figura 5. Precios, Marcas y Presentación de Productos Convencionales para el Aseo

5. ¿Tiene en cuenta los precios, marca, presentación al momento de comprar productos convencionales para el aseo?
70 respuestas



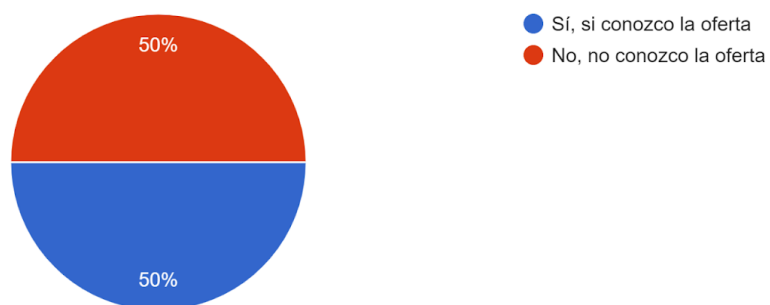
El 70% de las personas encuestadas si tienen en cuenta los precios a la hora de realizar la compra, esto indica que el precio es un factor determinante al momento de realizar este tipo de compras.

Pregunta 6

Figura 6. Productos Amigables con el Medio Ambiente en Supermercados.

6. ¿Conoce usted la oferta de productos amigables con el medio ambiente que tienen a la venta para el público su supermercado o tienda de preferencia?

70 respuestas



El 50% de las personas encuestadas afirman que conocen las ofertas y encuentran fácilmente productos amigables con el medio ambiente que tienen en su supermercado de su preferencia.

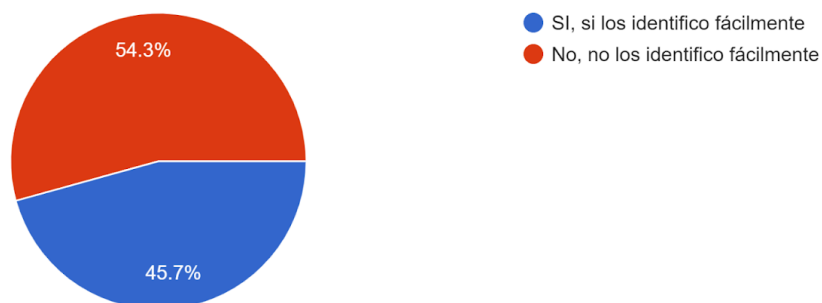
Se puede concluir que en la oferta de estos productos se deben desarrollar estrategias de marketing enfocadas a dar más información sobre productos de este tipo ofertado.

Pregunta 7

Figura 7. Productos Amigables con el Medio Ambiente en Supermercados.

7. ¿Encuentra e Identifica fácilmente en los supermercados y tiendas los productos que se ofertan al público y son amigables con el medio ambiente?

70 respuestas



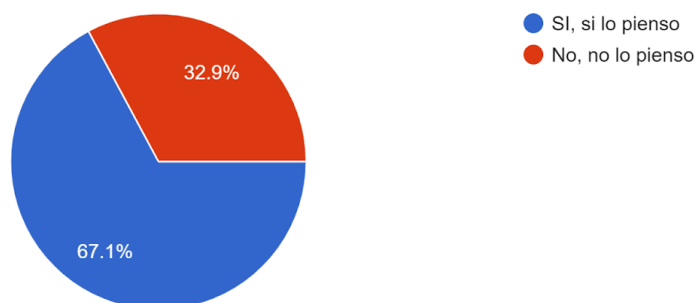
El 54% de las personas encuestadas no identifican fácilmente en supermercados y tiendas productos que se ofertan al público y son amigables con el medio ambiente, lo que lleva a la conclusión de que se deben establecer e implementar estrategias de marketing para el ingreso de estos productos en el mercado.

Pregunta 8

Figura 8. Cuidado del Medio Ambiente Productos de Aseo y Vajillas Desechables.

8. ¿Cuándo usted requiere productos para el aseo y vajillas desechables piensa en comprar productos amigables con el medio ambiente?

70 respuestas



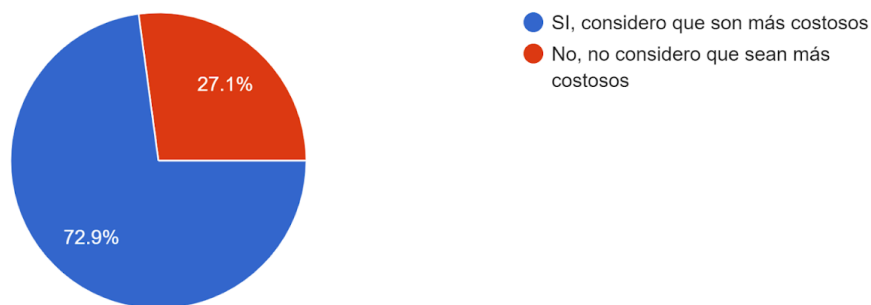
El 67% de las personas encuestadas afirman que al momento de adquirir productos para el aseo y vajillas desechables sí piensan en productos amigables con el medio ambiente, lo que puede ser una oportunidad para que las nuevas marcas en el mercado promocionen sus productos.

Pregunta 9

Figura 9. Percepción Precios de Productos Biodegradables vs Productos Tradicionales

9. ¿Considera que los precios de los productos biodegradables para el aseo y productos de un solo uso son más costosos que los tradicionales?

70 respuestas

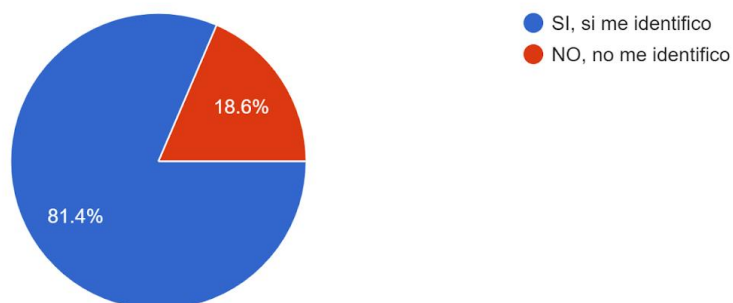


El 72% de las personas encuestadas aducen que los productos amigables con el medio ambiente son más costosos en comparación con los productos tradicionales, esta razón puede concluir que para ingresar a un mercado con este tipo de producto es recomendable que las empresas analicen la estructura de costo a fin de ofertarlos con precios asequibles.

Pregunta 10

Figura 10. Tendencia en la Comunidad Respecto al Cuidado del Medio Ambiente

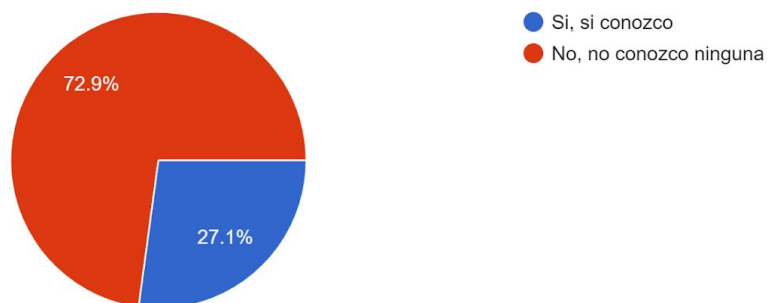
10. ¿Se identifica usted con la tendencia de cuidado y conservación del medio ambiente?
70 respuestas



El 81% de las personas encuestadas informan que se identifica con la tendencia de cuidado y preservación del medio ambiente lo que se puede evidenciar como una oportunidad para las marcas emergentes de productos amigables con el medio ambiente

Pregunta 11**Figura 11. Información Referente a Sensibilización Sobre el Medio Ambiente**

11. ¿Qué campañas de comunicación sobre productos amigables con el medio ambiente conoce?
70 respuestas



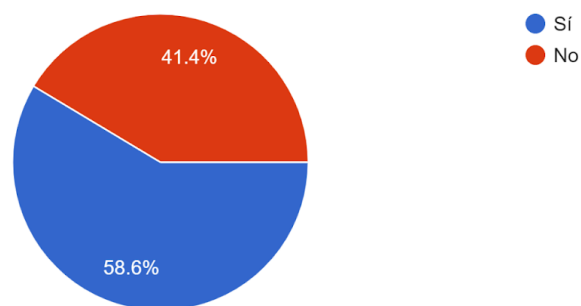
El 70% de las personas encuestadas informan que la decisión de compra para productos biodegradables que reemplazan los plásticos de un solo uso y los productos biodegradables para el aseo puede ser influenciada por las campañas de marketing.

Pregunta 12

Figura 12. Información sobre Utilizar Productos Amigables con el Medio Ambiente

12. ¿Al momento de comprar productos para el aseo y desechables tiene en cuenta que sean amigables con el medio ambiente?

70 respuestas



El 58% de las personas encuestadas al realizar una compra de productos para el aseo y desechables tienen en cuenta que sean productos amigables con el medio ambiente

Pregunta 13

Figura 13. Percepción Sobre el Impacto Positivo de Reemplazar Plásticos de un Solo Uso por Productos Biodegradables.

13. ¿Considera usted que al momento de adquirir productos que reemplacen los plásticos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo está contribuyendo al cuidado del medio ambiente?
70 respuestas

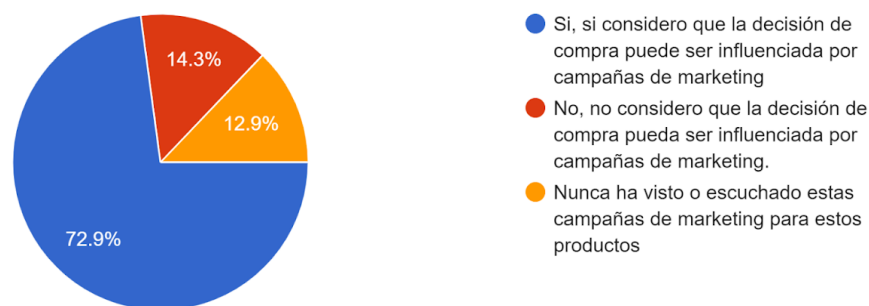


El 87% de las personas encuestadas contribuyen al cuidado del medio ambiente mediante la compra y/o adquisición de productos amigables con el medio ambiente

Pregunta 14

Figura 14. Compra de Productos Biodegradables Respecto al Marketing

14. ¿Considera usted que la decisión de compra para productos biodegradables que reemplazan los plásticos de un solo uso y los productos biodegradables realizadas por las empresas que los comercializan?
70 respuestas



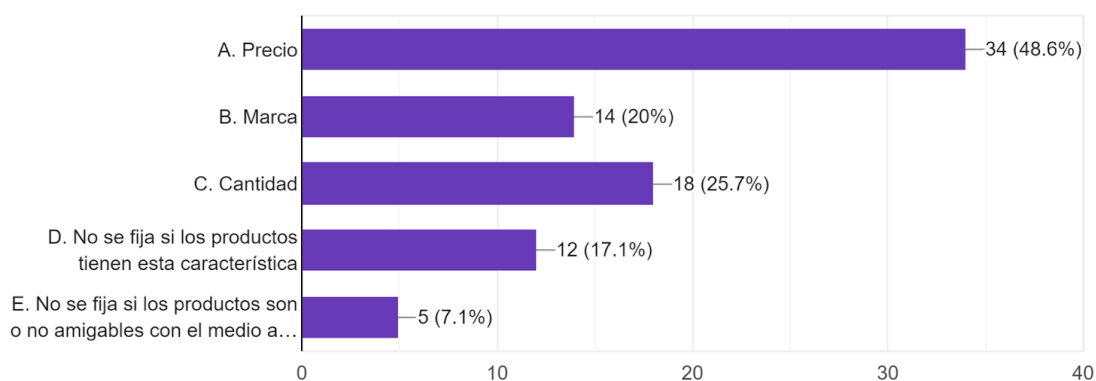
El 72% de las personas encuestadas consideran que la compra de productos amigables con el medio ambiente puede ser influenciada por las estrategias de marketing de la empresas productoras y comercializadoras

Pregunta 15

Figura 15. Desafíos que Asume el Comprador para Obtener Productos Biodegradables

15. ¿Al momento de adquirir productos que reemplazan los plásticos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo, cuál es la principal condición que tiene en cuenta?

70 respuestas



A esta pregunta el 48% de los encuestados indican que el precio es la principal condición para la adquisición de estos productos.



Autorización para el tratamiento de datos personales

Yo,----- identificado(a) con cédula de ciudadanía No ----- expedida en ---
-----, por medio del presente y de conformidad con lo dispuesto en las normas vigentes sobre
protección de datos personales, en especial la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015,
autorizo libre, expresa e inequívocamente al Semillero de Investigación SIMCAR de la
Universidad Remington sede Armenia para que realice la recolección y tratamiento de mis datos
personales que suministro de manera veraz y completa, los cuales serán utilizados para los
diferentes aspectos relacionados con la investigación acerca de Análisis del comportamiento del
consumidor frente al uso de productos de un solo uso y productos de aseo biodegradables en la
ciudad de Armenia, igualmente manifiesto que de conformidad con el artículo 56 del Código de
Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo - Ley 1437 de 2011
modificado por el artículo 10 de la Ley 2080 de 2021, autorizo al Semillero de Investigación
SIMCAR de la Universidad Remington sede Armenia expresamente a remitir notificaciones
electrónicas al correo electrónico personal.

Por lo anterior, autorizo y acepto recibir notificaciones a través de medios electrónicos.
De igual manera, manifiesto que la presente autorización me fue solicitada y puesta de presente

antes de entregar mis datos y que la suscribo de forma libre y voluntaria una vez leída en su totalidad.

Firma: _____

Nombre: _____

Identificación: _____

Fecha: _____

Identificación de preguntas que se correlacionan con el logro del resultado de los objetivos planteado.

Tabla 1. Relación de Objetivos.

Objetivo establecido	Preguntas con relación a los objetivos propuestos
<p>Conocer los motivos que determinan en el consumidor la compra de productos de un solo uso y productos biodegradables para el aseo en la ciudad de Armenia.</p>	<p>8 15</p>

<p>Conocer la efectividad de las estrategias de marketing-mix de las empresas comercializadoras de productos biodegradables y de un solo uso.</p>	<p>5 6 7 9 11 14 15</p>
<p>Identificar la cultura del cuidado y preservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos naturales por parte del consumidor</p>	<p>1 2 3 4 10 12 13</p>
<p>Conocer la relación existente entre precio, marca y presentación del producto que determina la compra por parte del consumidor</p>	<p>5 6 9 11 14 15</p>

Tabla 1 fuente propia estudiante

Lista de supermercados en los cuales se adelantarán la aplicación de la encuesta.

Tabla 2. Supermercados Encuestados

Nombre supermercado	Ubicación estrato socioeconómico
Super Inter Feria calle 50 25- 00	3, 2
Super Inter Centenario carrera 3 2-50	3, 4, 5, 6
Super Laureles calle 22N 14N-36	4, 5, 6
Super Laureles Mall Paraíso La Tebaida	4, 5, 6
Super Colsubsidio Carrera 19 13	4, 5, 6
Super La Cima Ave. Bolívar calle 45 N	3, 4, 5, 6
Super Olímpica el Bosque	3, 4
Super Olímpica San Diego	2, 3,
Super Olímpica S.A.O	3, 4, 5,

Super La Montaña carrera 6 3 -180	2, 3,
Super Ventanilla Verde Centro	1, 2, 3,
Super Ventanilla Verde Cibeles	3, 4
Super Éxito Centro Ley	2, 3, 4
Super Éxito Cristal	3, 4,
Super Éxito C.C. Unicentro	3, 4, 5, 6

Tabla 2 fuente propia estudiantes

webgrafía

enlaces

<http://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

https://uniremington.ambientalex.info/cientifica_tecnica?area_id=22

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/964/Impacto%20plastico.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (1.3 producción de plásticos)

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/27903/PryTesisMaestr%C3%ADaKarenPaolaOrjuelaTeran2022May03RevAprob.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

y

(1.2 problemas de los plásticos de un solo uso)

<https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/plan-nacional-para-la-gestion-sostenible-de-plasticos-un-solo-uso-minambiente.pdf>

<https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/964>

<https://www.idiger.gov.co/documents/20182/979874/GA-GU-07+Gu%C3%ADa+t%C3%A9cnica+para+la+identificaci%C3%B3n+de+aspectos+e+impactos+ambientales+y+su+cargue+a+STORM+V4.pdf/09b8e12f-7c91-4d44-912c-6bbefcff4685#:~:text=Aspecto%20ambiental%3A%20Elemento%20de%20las,parcial%20de%20los%20aspectos%20ambientales.>

https://www.google.com/search?q=productos+de+un+solo+uso+definicion&sca_esv=01ac707ed031b98c&sca_upv=1&sxsrf=ADLYWIKTYSBGNsP76JmKL2eeNyI0KY3hDA%3A1721426691869&ei=A-OaZoLZNNus5NoP-5aduAM&oq=productos+de+un+solo+uso+defini&gs_l=lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiH3Byb2R1Y3RvcyBkZSB1biBzb2xvIHVzbyBkZWZpbmkqAggAMgUQIRigATIFECEYoAFI2WxQ_wxYrl9wBHgBkAEAmAG2AaAB2BiqAQQwLjIwuAEBYAEA-AEBmAIQoAK_D8ICChAAGLADGNYEGEfCAggQABiABBiiBMICBBajGCfCAgoQIxiAB BgnGloFwgIFEAAyGATCAgYQABgHGB7CAgQQABgewgIGEAAYFhgewgIHECEYoAEY CpgDAIgGAZAGCJIHBDQuMTKgB_Zn&scient=gws-wiz-serp

<https://www.forpo.gov.co/en-us/planeacion-gestion-y-control/control-interno-1/normatividad-2/5163-ntc-iso-14001-2015/file>