

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	1
2. Utilización bolsas plásticas en Chile y en el mundo	3
Situación en el mundo	3
Situación en Chile	7
3. Marco Conceptual	10
4. Revisión de literatura	15
5. Objetivos	24
6. Alcances	25
7. Descripción experimento	26
Aprendizajes Pre-test	28
Experimento 1: Encuesta con decisiones hipotéticas.....	28
Experimento 2: Elección de bolsa plástica o reusable	30
8. Resultados	32
Caracterización de la muestra	32
Resultados experimento 1: Encuesta con decisiones hipotéticas.....	35
Resultados experimento 2: Elección de bolsa plástica o reusable	47
Encuesta	59
9. Análisis de Impacto	61
10. Conclusiones	63
11. Trabajos futuros	66
12. Bibliografía.....	67
13. Anexos	72
Anexo A : Pre-test	72
Pre-test: Feria Providencia	72
Pre-test: Tiendas fuera de Santiago, Las Condes y Santiago Centro ...	76
Anexo B : Encuesta con decisiones hipotéticas	82
Anexo C : Desarrollo Metodológico y Experimentos	87
Anexo D: Resultados	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Situación bolsas plásticas en el mundo	4
Tabla 2: Comunas en Chile con regulación de bolsas.....	8
Tabla 3: Efecto descuento en probabilidad de compra de bolsas reusables .	36
Tabla 4: Efecto descuento en probabilidad de compra de ampolleta	36
Tabla 5: Promedio probabilidad de compra según descuento previo	37
Tabla 6: Efectos escenarios – Bolsas Reusables.....	40
Tabla 7: Efectos escenarios – Ampolletas	41
Tabla 8: Promedio probabilidad de compra según sexo.....	42
Tabla 9: Promedio probabilidad de compra según compañía.....	43
Tabla 10: Promedio probabilidad de compra según NEP.....	44
Tabla 11: Promedio probabilidad de compra según preferencia descuentos	46
Tabla 12: Resumen compra de bolsas por condición experimental caso 1 ..	48
Tabla 13: Resumen compra de bolsas por condición experimental caso 2 ..	56
Tabla 14: Encuestas por condición	59
Tabla 15: Resumen de datos Pre- Experimento I	79
Tabla 16: Resumen de datos Pre- Experimento II	81
Tabla 17: Significancia según descuentos	90
Tabla 18: Significancia según descuento previo	90
Tabla 19: Significancia según escenarios	91
Tabla 20: Significancia según sexo	91
Tabla 21: Significancia según compañía	92
Tabla 22: Significancia según NEP	92
Tabla 23: Significancia según preferencia descuentos	93

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Mapa y regulación bolsas plásticas	6
Imagen 2: Motivación intrínseca y extrínseca	12
Imagen 3: Representación efecto crowding out	14
Imagen 4: Tamaño muestra versus tamañoefecto	27
Imagen 5: Condiciones Experimentales 1	29
Imagen 6: Condiciones Experimentales 2	30
Imagen 7: Caracterización muestra Patronato	32
Imagen 8: Caracterización muestra Santiago Centro.....	33
Imagen 9: Caracterización muestra Las Condes.....	34
Imagen 10: Probabilidad de compra bolsas reusables.....	35
Imagen 11: Probabilidad de compra ampolletas.....	36
Imagen 12: Probabilidad de compra según escenarios – Bolsas Reusables	40
Imagen 13: Probabilidad de compra según escenarios – Ampolletas.....	41
Imagen 14: Escala NEP	44
Imagen 15: Escala preferencia descuentos	45
Imagen 16: Resumen resultados experimento 2	47
Imagen 17: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia	49
Imagen 18: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Mujeres.....	50
Imagen 19: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Hombres	50
Imagen 20: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia – 15-35 años	51
Imagen 21: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - 36-47 años	51
Imagen 22: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - 48-70 años.....	52
Imagen 23: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia – Persona sola.....	53
Imagen 24: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Persona acompañada	53
Imagen 25: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Monto [\$980-\$5.990].....	54
Imagen 26: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Monto [\$6.000-\$11.760]	55
Imagen 27: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Monto [\$11.770-\$60.000]	55
Imagen 28: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia	56
Imagen 29: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Producto mediano.....	57
Imagen 30: Logit efectos principales	58
Imagen 31: Infografía sobre beneficios de mensaje pro medioambiente	62
Imagen 32: Volantes Providencia.....	72
Imagen 33: Encuesta Providencia	74
Imagen 34: Layout tienda Las Condes.....	77
Imagen 35: Tratamiento tienda Las Condes	77
Imagen 36: Montaje pre-test Las Condes	78
Imagen 37: Tratamiento 2 tienda Las Condes	80
Imagen 38: Layout y Montaje Santiago Centro	87
Imagen 39: Layout y Montaje Patronato	87
Imagen 40: Tratamiento final experimento	88
Imagen 41: Encuesta experimento	89
Imagen 42: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - 1 Producto	93
Imagen 43: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - 2 Productos	94
Imagen 44: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - 3 o más Productos	94
Imagen 45: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Producto Pequeño.....	95
Imagen 46: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Producto Mediano	95
Imagen 47: Efectos de tratamiento, magnitud y significancia - Producto Grande	96
Imagen 48: Logit interacción sexo, caso 1	96
Imagen 49: Logit interacción edad, caso 1	97
Imagen 50: Logit interacción personas participantes, caso 1	97
Imagen 51: Logit interacción monto, caso 1.....	98
Imagen 52: Logit interacción sexo, caso 2	98
Imagen 53: Logit interacción edad, caso 2	99
Imagen 54: Logit interacción personas participantes, caso 2	99
Imagen 55: Logit interacción monto, caso 2.....	100