

Investigador UOH indagará cuándo, por qué y en qué contexto los consumidores optarían por productos verdes

· *El proyecto financiado por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt), de ANID, busca aclarar cuáles son los motivos a la base y los contextos que facilitan que las personas compren productos amigables con el medioambiente.*

· *Entender estos motivos y contextos permitiría fomentar el consumo de productos verdes tanto en personas preocupadas por el medioambiente como también en personas que no estén interesadas en la sustentabilidad ambiental.*

Imagínese que va hoy al supermercado. Si le importa su entorno, lo más seguro es que busque productos amigables con el medio ambiente y que eviten el efecto invernadero. Eso está alojado en sus convicciones y en la necesidad de ayudar. Pero ¿por qué elegiría esos mismos productos si no le importara el medioambiente o no fuera una de sus prioridades?

Esta duda es la que espera despejar el académico del Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de O'Higgins (UOH), Gonzalo Palomo. El Doctor en Psicología Social y Evolucionista encabeza la investigación "Promoting sustainable consumption society-wide: A costly signaling approach", que es financiada por un Fondecyt de Iniciación de ANID.

"El proyecto tiene por objetivo estudiar qué motivos movilizan a las personas a tomar decisiones de compra de productos con bajo impacto ambiental, más allá del hecho de estar preocupados por el medioambiente. Tal y como indica el nombre del proyecto, el interés aquí es indagar cuándo, por qué y en

qué contextos, las personas que no valoran en demasía la sustentabilidad ambiental podrían llegar a tomar decisiones de compra de productos verdes”, explica el investigador.

Para lograr su objetivo, el proyecto realizará una serie de experimentos donde se presentará a los participantes distintos productos –sustentables y convencionales– y se manipulará sistemáticamente una serie de factores relevantes a la hora de motivar al consumidor promedio. “Si todo va bien, los resultados del proyecto podrían informar política pública asociada a la promoción de alternativas sustentables –pero generalmente menos atractivas– de productos de uso diario, desde carne vegetal hasta automóviles eléctricos”, señala el Dr. Palomo.

El académico UOH explica que existen algunas investigaciones en el área –principalmente de corte correlacional– que han avanzado en Chile. “Sin embargo, la mayoría, si no todos estos trabajos, tienden a sugerir que la clave para promocionar productos sustentables se encuentra en los consumidores. Si el consumidor está preocupado por el medioambiente o valora la sustentabilidad ambiental, entonces preferirá productos verdes”, explica el Psicólogo.

“Este proyecto pretende ir algo más allá y preguntarse cómo motivar al resto, aquellos que no necesariamente priorizan la sustentabilidad ambiental en su día a día. Creo que esta pregunta es de suma relevancia, ya que todos los datos nos indican que, si bien la venta de productos verdes ha ido en aumento, el porcentaje de consumidores que aún optan por productos convencionales contaminantes es, aún, mucho mayor”, puntualiza.

El investigador señala que el proyecto supone una gran oportunidad en su carrera científica. “ANID, a través de Fondecyt, permite a investigadoras e investigadores desarrollar sus líneas de trabajo por 2-3 años y en ese sentido facilita la consolidación de las mismas. Haberme

adjudicado el Fondecyt de Iniciación a temprana edad y en el primer intento me enorgullece y a la vez me indica que mis pares también consideran relevante estudiar estos temas”, finaliza el académico.