



Involucramiento del individuo respecto a la valorización de residuos, por medio de la interacción de sistemas de disposición selectiva.

Caso de estudio Punto Limpio ubicado en Open Plaza Santa Julia, a cargo de la empresa de reciclaje TRICICLOS.

Tesina de grado

Autor

Paulina Beatriz Carreño Reid.

Profesores guía

Rodrigo Eusson Vargas Callegari. Magtr.

Juan Carlos Rodríguez Torrent. Ph.D

**Escuela de Diseño.
Universidad de Valparaíso.
Valparaíso, Octubre 2015.**

TÍTULO: Involucramiento del individuo respecto a la valorización de residuos, por medio de la interacción de sistemas de disposición selectiva.

ÍNDICE

PREFACIO	6
AGRADECIMIENTOS.....	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT	8
1 CAPÍTULO: INTRODUCCIÓN	9
1.1 Fundamento del área de estudio	10
1.1.1 Fundamento del problema.....	10
1.1.2 Delimitación del problema	11
1.2 Tipo de investigación	11
1.3 Problemática	11
1.4 Hipótesis	11
1.5 Objetivos	12
1.5.1 Objetivo general	12
1.5.2 Objetivos específicos	12
2 CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	13
2.1 Diseño de la investigación	13
2.1.1 Fase exploratoria	13
2.1.2 Fase descriptiva	13
2.1.3 Fase de diagnóstico	13
2.1.4 Mapa de la metodología	14
2.2 Instrumentos y criterios de selección	14
2.3 Objeto de estudio	15
2.4 Instrumentos y estrategia de aplicación	16
3 CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	17
3.1 El Individuo	17
3.1.1 El Individuo desde la sociología	17
3.2 El Involucramiento.....	19
3.2.1 Conceptualización del involucramiento.....	20
3.2.2 Niveles del involucramiento	22
3.2.3 Facetas del Involucramiento.....	22
3.2.4 Medición del involucramiento	23

3.2.5	Escala para medir el involucramiento mediante un diferencial semántico	23
3.2.6	Otras visiones para la medición el involucramiento.	24
3.2.7	Calificaciones con escala de Likert.....	25
3.3	La Interacción	25
3.3.1	Affordance.....	26
3.3.2	Tipos de affordance.....	27
3.3.3	Interacciones con el producto.....	27
3.3.4	Visión global del affordance y sus componentes	28
3.4	Revalorización de residuos.....	29
3.4.1	Tipos de valorización:.....	30
3.4.2	Estrategia jerarquizada de residuos.	31
3.4.3	Marco Legislativo	32
3.4.4	Normativa de colores para contenedores de reciclaje.	32
3.5	Sistemas de disposición selectiva	36
3.5.1	Residuos reciclables.	36
3.5.2	Puntos Limpios en Chile.....	37
3.5.3	Puntos Limpios TRICICLOS.....	38
4	CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
4.1	Antecedentes del capítulo.....	40
4.2	Instrumento 1: Tabla de caracterización de punto limpio	40
4.2.1	Aplicación del instrumento 1.....	41
4.3	Instrumento 2: Pauta de observación de usuario.	44
4.3.1	Elaboración del instrumento 2.	44
4.3.2	Resultados de la muestra.....	45
4.4	Instrumento 3: Encuesta a usuarios de puntos limpios.	50
4.4.1	Elaboración del instrumento 3.	50
4.4.3	Caracterización de la muestra.	50
4.4.3	Resultados de la muestra.....	51
5	CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	57
5.1	Resultados.....	57
5.2	Resultados Tabla de caracterización de punto limpio	57
5.3	Resultados Pauta de observación de usuario.	59
5.4	Encuesta a usuarios de puntos limpios.....	61
5.5	Discusión de resultados	64

6 CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.	66
RECOMENDACIONES	67
APÉNDICE	68
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Leyes y decretos asociados a la gestión de residuos sólidos. Extraída del <i>Informe del estado del medio ambiente</i> .	30
Tabla 2 Orden de aplicación instrumentos. Elaboración propia.	40
Tabla 3 Caracterización del Punto Limpio, variable contenedores. Elaboración propia.	41
Tabla 4 Caracterización del Punto Limpio, variable señalética. Elaboración propia.	42
Tabla 5 Caracterización del Punto Limpio, variable ubicación. Elaboración propia.	43
Tabla 6 Catastro de observación. Elaboración propia.	44
Tabla 7 Pauta de observación. Elaboración propia.	44
Tabla 8 Imágenes de lo observado. Elaboración propia.	47
Tabla 9 Observaciones generales interacción Usuario – Punto Limpio. Elaboración propia.	49
Tabla 10 Muestra del Punto Limpio Open Plaza Santa Julia. Elaboración propia.	50

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Conceptos del fundamento y su correlación. Elaboración propia.	10
Figura 2 Mapa de la Metodología. Elaboración propia.	14
Figura 3 Mapa de Instrumentos y estrategia de aplicación. Elaboración propia.	16
Figura 4 Conceptualización del involucramiento. Extraído del libro <i>El Comportamiento del Consumidor</i> .	21
Figura 5 Adaptación de la Conceptualización del Involucramiento. Edición propia.	21

Figura 6 Esquema de los niveles del involucramiento. Elaboración propia a partir del contenido citado.	22
Figura 7 Esquema facetas del involucramiento. Elaboración propia a partir del contenido citado.	22
Figura 8 Escala para medir el involucramiento. Adaptado de Judith Lynne Zaichkowsky, "The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application to Advertising", <i>Journal of Advertising</i> 23, núm. 4 (diciembre de 1994): 59–70.	23
Figura 9 Utilidad y Usabilidad. Extraído del artículo <i>Diseño para la usabilidad de productos</i>	26
Figura 10 Interacción entre affordance del producto y modelo mental del usuario. Extraído del artículo <i>Diseño para la usabilidad de productos</i>	27
Figura 11 Visión global del affordance. Extraído del artículo <i>Diseño para la usabilidad de productos</i>	28
Figura 12 Propiedades necesarias para la existencia de Affordance. Extraído del artículo <i>Interpretando a los usuarios. Consideración de la percepción subjetiva como factor primordial en el diseño de productos</i>	28
Figura 13 Estrategia jerarquizada de residuos. <i>Extraída del Informe del estado del medio ambiente. 2011</i>	31

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Fotografía punto limpio Open Plaza Santa Julia. Autoría propia.	15
Imagen 2 Georreferenciación punto limpio Open Plaza Santa Julia. Captura vía Google Maps.	15
Imagen 3 Norma de colores de contenedores para distintos residuos. Extraído de la página web del Ministerio del Medio Ambiente.	33
Imagen 4 Punto Limpio Corporación La Matriz. Autoría propia.	34
Imagen 6 Economía circular de los residuos. Ilustración extraída del Manual de la Casa Verde.	35
Imagen 7 Punto Limpio Curauma. Fuente http://www.triciclos.cl/	38
Imagen 8 Guía de Reciclaje. Fuente: http://www.triciclos.cl/	39
Imagen 9 Imágenes del contexto analizado. Autoría propia.	43

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Variable affordance, dimensión Individuo. Elaboración propia.....	45
Gráfico 2 Variable affordance, dimensión Percepción. Elaboración propia	45
Gráfico 3 Variable affordance, dimensión Acción. Elaboración propia	46
Gráfico 4 Variable affordance, dimensión Residuos. Elaboración propia	46
Gráfico 5 Factores personales, dimensión necesidad. Elaboración propia.	51
Gráfico 6 Factores personales, dimensión importancia. Elaboración propia. ...	51
Gráfico 7 Factores personales, dimensión interés. Elaboración propia.	52
Gráfico 8 Factores personales, dimensión valores. Elaboración propia.	52
Gráfico 9 Factores del objeto, dimensión diferenciación de alternativas. Elaboración propia.....	53
Gráfico 10 Factores del objeto, dimensión fuente de la comunicación. Elaboración propia.....	53
Gráfico 11 Factores del objeto, dimensión contenido de la comunicación. Elaboración propia.....	54
Gráfico 12 Factores situacionales, dimensión ocasión. Elaboración propia.	54
Gráfico 13 Factores situacionales, dimensión ocasión, respuesta afirmativa. Elaboración propia.....	55
Gráfico 14 Factores situacionales, dimensión ocasión, respuesta negativa. Elaboración propia.....	55
Gráfico 15 Factores situacionales, dimensión ocasión. Elaboración propia.	56

PREFACIO

Temáticas como la contaminación y la destrucción de ecosistemas, son problemas que cada día van tomando mayor relevancia a nivel mundial, a medida que se van evidenciando las consecuencias de las malas decisiones que hemos tomado como humanidad, y más allá de apuntar a los culpables, creo que es mucho más relevante iniciar la búsqueda de soluciones reales para los problemas que nuestro medio ambiente se ve enfrentado hoy en día.

Una vez leí que “la basura es un error de diseño, pues la naturaleza no genera basura por sí misma”, como diseñadora, sin lugar a dudas es la frase que dio un sentido potente a la carrera que estudio. La lucha, por la búsqueda de soluciones para el conflicto de los residuos, en este caso, guio el norte de mi investigación, y de lo que espero sea mi quehacer como diseñadora en un futuro próximo. Hay que ser responsables por lo que se hace y por cómo se hace, sobre todo hoy, cuando los niveles de contaminación están llegando a un punto de no retorno si es que no se hace algo al respecto. Como diseñadora, me propongo con la labor de ser un agente de cambio desde mi quehacer, a partir de una visión de diseño sostenible, que tenga la capacidad potencial de cambiar el actuar y pensar de la gente. Si los diseñadores además de cambiar nuestras prácticas, tanto en el ámbito personal como laboral, planteamos cambiar las de los demás por medio de nuestro trabajo, hacía prácticas más responsables, estamos ejerciendo nuestro quehacer en favor de un bien común, que es donde pretende apuntar nuestra disciplina desde sus inicios.

El diseño tiene que ser un aporte a la sociedad, y en este caso, a la crisis de residuos, promover ideas y acciones, y que estas lleguen a la ciudadanía de una manera clara, logrando un compromiso cultural de su parte para comenzar a mejorar el deficiente manejo de residuos.

Quiero agradecer a todas las personas que me apoyaron mientras duró este proceso.

A la empresa de reciclaje Triciclos, por brindarme su consentimiento y total colaboración a la hora de querer desarrollar mi investigación en sus instalaciones.

A mis padres y familia, por el amor, comprensión, paciencia y apoyo brindado, no solo durante el desarrollo de la investigación, si no que a lo largo de todo mi proceso académico.

A mis amigos por el aliento y las palabras de apoyo entregadas, en especial a Paula y Stefan, por su gran ayuda y amistad incondicional demostrada durante este proceso.

A Eduardo, por ser justo en comprensión y paciencia en los momentos de difíciles, por amarme e impulsarme a ser siempre la mejor versión de mi misma.

A todos ellos, gracias.

ABSTRACT

En la actualidad, temáticas como los residuos y la gestión de estos, resultan de alta contingencia, considerando que por ejemplo, en la región de Valparaíso, los vertederos ya alcanzaron su fecha de caducidad. La valoración de residuos, es una de las áreas de alta contingencia en la que el Ministerio del Medio Ambiente está trabajando por medio de la pirámide jerarquizada, la cual tiene como etapas importantes la prevención, reutilización y reciclaje.

Es en este último punto, el reciclaje, donde se centran los objetos de esta investigación. Por una parte analizar un punto limpio, en este caso, el que está ubicado en el centro comercial Open Plaza Santa Julia, a cargo de la empresa de reciclaje TRICICLOS, y por otra a los individuos que asisten a este espacio en calidad de usuarios. Desde estas dos ópticas, se pretende poner en evidencia como es el involucramiento del individuo respecto a la valoración de residuos, por medio de la interacción de sistemas de disposición selectiva.

El objetivo general del estudio, es caracterizar el involucramiento del individuo, en cuanto a la valoración de los residuos, por medio de la interacción de éste con los sistemas de disposición selectiva, para llevarlo a cabo se caracterizó las prestaciones y uso del punto limpio en un primer lugar, posteriormente por medio de una observación se campo se logra caracterizar la interacción del individuo con el equipamiento de punto limpio, como un segundo objetivo, para finalmente por medio de una encuesta aplicada a los usuarios se identifican los antecedentes de involucramiento del individuo, ante la decisión de uso de puntos limpios.

Como resultado de este estudio, se obtienen datos relevante respecto a como el individuo ve este espacio y las prestaciones que le ofrecen, y lo más importante, cuáles son sus valoraciones personales respecto a la valoración de los residuos por medio del reciclaje.

PALABRAS CLAVE:

Involucramiento – individuo – valoración de residuos – puntos limpios - reciclaje

1 CAPÍTULO: INTRODUCCIÓN

La generación de residuos, así como su disposición final, constituyen unos de los principales problemas ambientales generados por la actividad humana a nivel mundial. En Chile, por medio del Ministerio del Medio Ambiente, se busca mejorar en estas áreas por medio de planes y proyectos que tienen como meta valorizar y minimizar la generación de residuos. Un aporte en esta materia es el proyecto de Ley Marco para la Gestión de Residuos y la Responsabilidad Extendida del Productor, ingresado al Congreso en septiembre de 2013.

No obstante, parte importante de que estas medidas resulten exitosas, recae en el ciudadano común. Se calcula, que cada persona al día genera 1 kilogramo de basura, lo cual multiplicado por un año y por la cantidad de habitantes de una zona, resulta en miles de toneladas de residuos que en su mayoría podrían haber sido aprovechados. Es en medio de esta problemática que surgen los sistemas de disposición selectiva, también conocidos como Puntos Limpios, cuyos encargados ven como una oportunidad de involucrar a las comunidades con una visión de sustentabilidad y reciclaje, mientras que por otra parte generan un nicho de trabajo.

Es bajo esta relación, “individuo – valoración de residuos – punto limpio”, que se enmarca la presente investigación. Resulta relevante conocer cómo un individuo logra involucrarse con un nuevo hábito y forma de apreciar lo que podría considerar “basura” o “residuo aprovechable”. Saber su escala de valoración respecto a la actividad de reciclaje, y cómo este ve y reconoce el espacio de punto limpio. Cómo comunicacionalmente este espacio indica a la comunidad en donde se inserta, cuáles son sus prestaciones y de cómo la comunidad recibe y procesa este mensaje, que no solamente se basa en ir y dejar material para su posterior reciclaje, implica también una preocupación por que este se encuentre en las condiciones óptimas para ser reciclado. En definitiva saber si se genera con éxito esta relación y si se cumple finalmente lo esperado, en este caso de estudio.

Desde una mirada del diseño y de la planificación de proyectos y servicios, resulta importante analizar los sistemas de disposición selectiva y sus usuarios, reconocer lo que estos valoran y lo que les gustaría que fuera diferente, tendiendo siempre a plantearnos a diseñar desde una visión del bien común y también del entorno, de manera sustentable.

1.1 Fundamento del área de estudio

1.1.1 Fundamento del problema

A pesar de que las encuestas muestran de que gran parte de la ciudadanía está dispuesta a cambiar algunas prácticas por el bien del medio ambiente, tal como se expresa en La Primera Encuesta Nacional de Medio Ambiente aplicada a fines de 2014, a nivel nacional un 21% de la población encuestada señalaba que el principal problema medio ambiental que lo afecta es la basura y la suciedad en las calles, mientras que esta misma interrogante, enfocándonos en las respuestas dadas por la población consultada perteneciente a la región de Valparaíso, muestra que un 45% consideraba éste como la problemática principal. Dentro del mismo análisis en la región de Valparaíso, un 64% de la población señalaba que reciclaba, de ese porcentaje, solo un 25% señalaba que lo hacía en un “punto limpio”, mientras que del porcentaje que decía que “no reciclaba”, un 23% señalaba que era porque “no hay donde reciclar”. (Gobierno de Chile: Ministerio del Medio Ambiente, 2014)

En el año 2010, junto con la creación del Ministerio del Medio Ambiente, a través de la Ley 20.417, se establece que la función principal del Ministerio es proponer políticas y formular normas, planes y programas en materia de residuos; cuyo primer objetivo es inculcar tanto en el ámbito productivo, como también en la población en general, la estrategia de jerarquización de residuos, representada por una pirámide invertida, la cual pone en un primer lugar la prevención, seguida de la reutilización y el reciclaje, dejando como último recurso la valorización energética y la eliminación. Las primeras tres etapas son las cuales resultan ser de mayor importancia y las que en las encuestas resultan verse minoritariamente representadas en la población.

Más allá de las estadísticas y los datos duros que se puedan analizar, resulta más importante desde la visión del diseño, observar al usuario de contenedores para reciclaje, aquel individuo que asiste a un punto limpio y dispone sus residuos sólidos domiciliarios (RSD)¹ de manera selectiva, qué le ofrece en el fondo este servicio, un espacio planificado y diseñado para disponer diversos contenedores con un fin en común; es decir, reconocer cómo se genera la relación entre individuo y equipamiento, cómo involucra con un nuevo hábito medio ambiental y una nueva perspectiva al momento de reconocer un residuo como un material aprovechable, la cual sería la meta a la que aspira el Ministerio de Medio Ambiente.



Figura 1 Conceptos del fundamento y su correlación. Elaboración propia.

¹ Para efectos de la investigación, deberá entenderse como Residuo Sólido Domiciliario (RSD), toda basura o desperdicio generado en viviendas y establecimientos tales como edificios habitacionales, locales comerciales, locales de expendio de alimento, hoteles, establecimientos educacionales, oficinas, cárceles; y, además, basura o desperdicio proveniente de podas y ferias. (CONAMA, 2005)

1.1.2 Delimitación del problema

Para la ejecución de esta investigación se selecciona el Punto Limpio emplazado en los estacionamientos del Open Plaza Santa Julia en el sector de Gómez Carreño, Viña del Mar, a cargo de la empresa de reciclaje Triciclos.

Acá se observa el equipamiento completo del punto limpio en un primer lugar, seguido de esto se observa la interacción del usuario a modo de definir su relación con el espacio, para posteriormente por medio de una breve encuesta reconocer motivaciones personales respecto al tema en cuestión.

1.2 Tipo de investigación

La investigación se desarrolla bajo los parámetros de lo que sería una investigación cualitativa, con alcances de descriptiva, cuyo objetivo principal es someter a análisis a los usuarios de un espacio en específico, detectando e infiriendo conclusiones respecto a cómo se desarrolla el involucramiento de los individuos con los hábitos de separación de residuos para la disposición segmentada y posterior reutilización o reciclaje.

1.3 Problemática

¿Cómo es el involucramiento de los individuos respecto a la revaloración de residuos, por medio de los sistemas de disposición selectiva?

1.4 Hipótesis

El diseño y planificación de puntos limpios no logran incentivar un real involucramiento del individuo, respecto a la valorización de residuos por medio de la disposición selectiva.

A nivel nacional, las medidas medio ambientales ligadas a los residuos sólidos domiciliarios (RSD), resultan ser bastante incipientes, las cuales tienen como base la estrategia de jerarquizada de residuos representada en con la figura de una pirámide invertida, la cual pone en un primer lugar la prevención, seguida de la reutilización y el reciclaje, dejando como último recurso la valorización energética y la eliminación. Una parte clave en para que las tres primeras etapas resulten exitosas radica en la colaboración ciudadana, separando los residuos aprovechables y depositándolos en contenedores selectivos, los cuales suelen estar dispuestos en diversos lugares de la ciudad.

Por otra parte, empresas, organizaciones independientes y algunas municipalidades, han implementado conjuntos de contenedores, a los que se les denomina puntos limpios, en donde se disponen contenedores para la separación selectiva de distintos residuos. Sin embargo, el diseño y planificación de estos espacios, no logran representar ni comunicar los conceptos de prevención, reutilización y reciclaje, que buscan inculcar en la ciudadanía, por lo tanto, el involucramiento ciudadano resulta ser mínimo.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Caracterizar el involucramiento del individuo, en cuanto a la valorización de los residuos, por medio de la interacción de éste con los sistemas de disposición selectiva.

1.5.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las prestaciones y uso del punto limpio.
- Caracterizar la interacción del individuo con el equipamiento de punto limpio.
- Identificar los antecedentes de involucramiento del individuo, ante la decisión de uso de puntos limpios.

2 CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la investigación

La presente investigación se desarrolla a través de técnicas cuantitativas y cualitativas, a modo de dar respuesta a cada uno de los objetivos propuestos, por medio de investigación bibliográfica, análisis de affordance, caracterización de uso, observación de campo y encuesta.

2.1.1 Fase exploratoria

En esta primera etapa se realiza una exploración de bibliografías en torno a la gestión de residuos sólidos domiciliarios y de la implementación de puntos limpios, tanto a nivel local y nacional, como también casos internacionales a modo de rescatar algunos referentes de éxito en estas áreas. Además de lo anterior, se hace una revisión de material en torno al proceso de individuación, como también al involucramiento de usuarios y consumidores; ya sean estudios, encuestas, leyes, manuales, noticias, páginas web; vale decir, toda la información circulante en torno estas temáticas que me permitan generar un estado del arte en cuanto a la realidad de la gestión de residuos domiciliarios en ciudad de Valparaíso, la implementación de puntos limpios y sus características formales.

2.1.2 Fase descriptiva

Una vez que se han reconocido los documentos relevantes que darán sustento a la investigación, se establecen las variables desde el punto de vista del diseño, para definir en qué estado se encuentra el punto limpio con el cual se realizara la investigación. Por medio de una observación de campo del punto seleccionado y de la observación de la interacción de individuos en acción de uso. Además de lo anterior, se propone una encuesta a los usuarios de este punto, de tal manera, lograr caracterizar su nivel de involucramiento con este espacio.

2.1.3 Fase de diagnóstico

Finalmente, una vez analizado el caso y realizadas las encuestas respectivas, se propone un cotejo de información, lo que brindara una perspectiva en cuanto al modo y nivel de involucramiento, y cuáles son los factores relevantes que se destacan en la relación individuo – punto limpio en cuanto a la disposición selectiva de residuos sólidos domiciliarios.

2.1.4 Mapa de la metodología

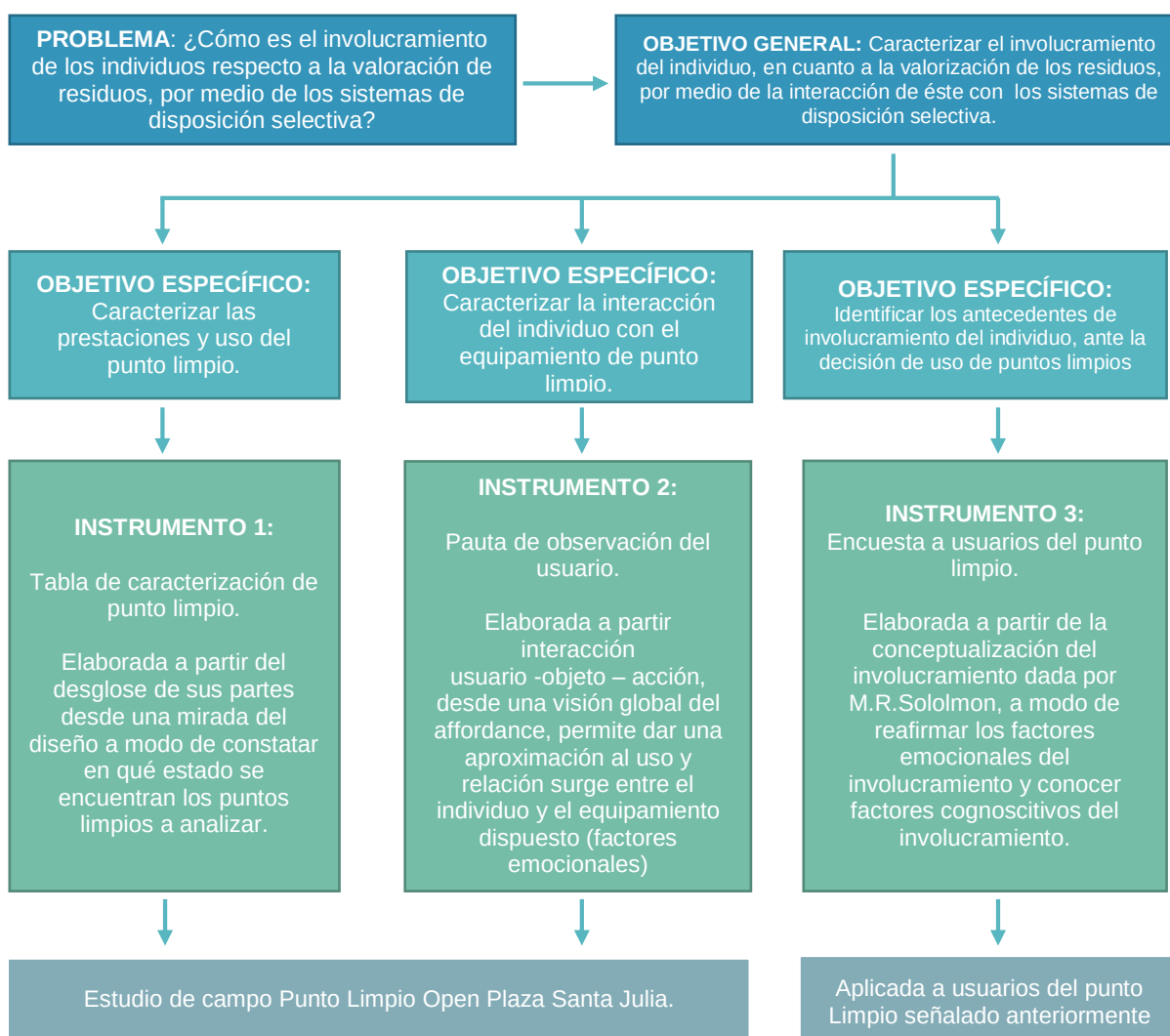


Figura 2 Mapa de la Metodología. Elaboración propia.

2.2 Instrumentos y criterios de selección

- Tabla de caracterización de Punto limpio

Con esta técnica de carácter cuantitativa, se pretende realizar un reconocimiento del espacio y de sus prestaciones, además de ello, incluir información respecto a su ubicación y emplazamiento, logrando un mapeo contextual desde la perspectiva del diseño, en cuanto a sus alcances de implementación, comunicación, ubicación y accesibilidad.

- **Pauta de observación de usuario**

El desarrollo de esta técnica de carácter cuantitativa, se basa en resultados entregados por el primer instrumento desarrollado, a los cuales, desde una visión global del affordance se establecen posibles relaciones entre usuario – uso – objeto, las cuales serán constatadas en la observación presencial de individuos que hagan uso del equipamiento, lo que brindaría aspectos del factor afectivo del involucramiento.

- **Encuesta a usuarios**

El instrumento se conforma con preguntas de respuesta concreta de carácter cualitativas, la cual está orientada a responder aspectos cognitivos y reafirmar aspectos afectivos del involucramiento observados en el instrumento 2, con el fin de identificar factores relevantes que el individuo en cuestión rescate del servicio entregado por el Punto limpio. La encuesta se aplica solamente a individuos que hagan algún tipo de interacción con el punto limpio.

2.3 Objeto de estudio

Como objeto de estudio se va a considerar como individuo, a todo aquel usuario que haga depósito de residuos en los contenedores, independiente de su cantidad y del origen del residuo; así también, el análisis se realiza al punto limpio seleccionado para el estudio.

- **Punto Limpio en estacionamientos del Open Plaza Santa Julia, Av. Alessandri 4025, Sector Gómez Carreño, Viña del Mar.**



Imagen 1 Fotografía punto limpio Open Plaza Santa Julia. Autoría propia.

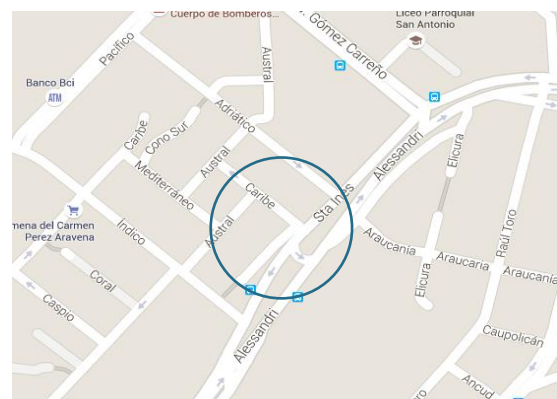


Imagen 2 Georreferenciación punto limpio Open Plaza Santa Julia. Captura vía Google Maps.

2.4 Instrumentos y estrategia de aplicación

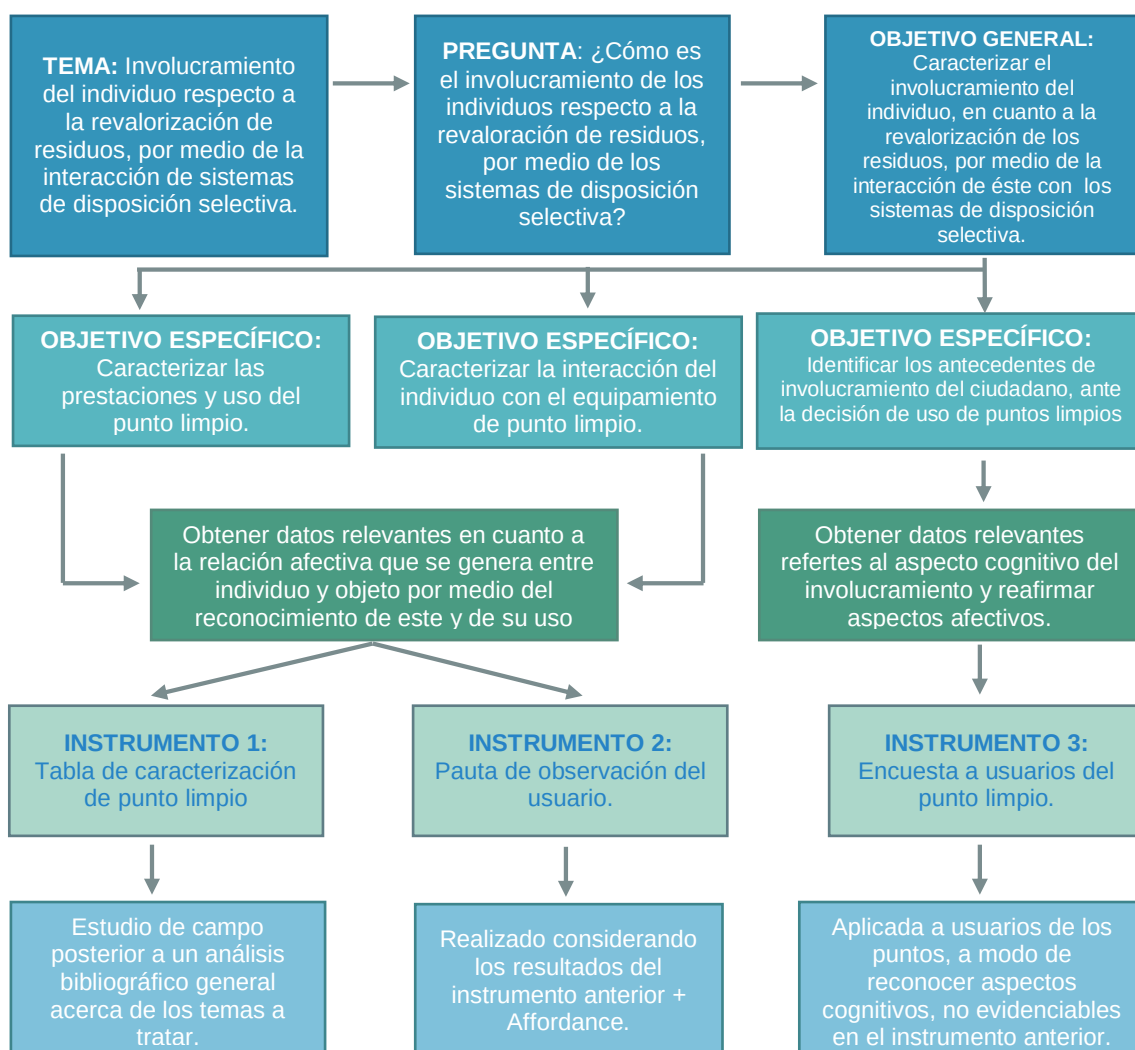


Figura 3 Mapa de Instrumentos y estrategia de aplicación. Elaboración propia.

3 CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.

3.1 El Individuo

Al hablar del de individuo, nos enfrentamos a un concepto de alta complejidad, pero al mismo tiempo, a uno de gran riqueza, y dependiendo del área o materia en la cual se esté trabajando, este mismo concepto puede recibir distintas acepciones. En términos técnicos, la Real Academia Española define a individuo como:

Individuo, dua. (Del lat. individūus).

1. *adj. individual.*
2. *adj. Que no puede ser dividido.*
3. *m. y f. coloq. Persona cuyo nombre y condición se ignoran o no se quieren decir.*
4. *m. Cada ser organizado, sea animal o vegetal, respecto de la especie a que pertenece.*

Individual.

1. *adj. Perteneciente o relativo al individuo.*
2. *adj. Particular, propio y característico de alguien o algo.*

(Real Academia Española, 2014)

De estas definiciones, es importante rescatar las dimensiones en la que se encuadra el concepto. Por una parte simboliza a todo aquello que no puede ser dividido, y en aspectos generales, el mismo término es usado para referirse al ser humano, quien a su vez no puede ser dividido; por otra parte, se hace referencia a algo particular, propio y característico de “algo” o “alguien”, y también se refiere a cada ser organizado respecto a la especie a la pertenece, por lo tanto habla de características en común que comparten seres pertenecientes a un mismo grupo o segmento.

3.1.1 El Individuo desde la sociología

En áreas como la sociología, el concepto de individuo es uno de los más trabajados y retomados a lo largo de la historia. El sociólogo Danilo Martucceli², en una entrevista realizada para la revista Doble Vínculo, de estudiantes de sociología UC, ante la pregunta: ¿Por qué a la hora de retomar la tarea de la sociología se elige la categoría de individuo y no la de actor o sujeto? ¿Cuáles son los matices entre estos tres conceptos?, a lo que él responde lo siguiente:

Si opto más por el término individuo y no por el actor, es porque el primero es al mismo tiempo más preciso históricamente y más neutro. Individuos existen como agentes

² Danilo Martucceli es doctor en Sociología. Actualmente se desempeña como profesor en la Université Paris Descartes, Faculté des Sciences Humaines et Sociales-Sorbonne (Francia) e investigador en el laboratorio CERLIS-CNRS. Sus temas principales de investigación son la teoría social, la sociología del individuo y la sociología política.

empíricos en todas las sociedades, pero no en todas el individuo existe como ser moral.

El individuo es aquel que enfrenta experiencias sociales, no necesariamente actúa, no necesariamente las resuelve, no necesariamente sale airoso (como es el caso en el pragmatismo). Es alguien que está obligado (condenado diría Sartre) a tener que enfrentar experiencias vitales y esa dimensión experiencial es la que a mí me parece muy rica. A condición, por supuesto, de lograr dar con el carácter histórico y estructural de las pruebas propias a cada sociedad. La individuación es la que a mí me parece la estrategia más rica para producir una lógica alternativa a la idea de sociedad. (Soto & Martinic, 2010)

Entonces, Martucelli se refiere al individuo, como un agente empírico, el cual se va enriqueciendo en medida de que éste se ve enfrentado a diversas experiencias, independiente del resultado que estas tengan, sin dudas, son de vital importancia a la hora de generar su proceso de individuación, el cual se ve reflejado en la sociedad que éste integra. Por otra parte, en el artículo “La individuación y el trabajo de los individuos” redactado por Martucelli en conjunto con la socióloga Kathya Araujo³, señalan que *la individuación se interesa, desde una perspectiva socio-histórica, al tipo de individuo que es estructuralmente fabricado en una sociedad* (Araujo & Martucelli). Es decir que el proceso de individuación, el proceso que convierte un ente en individuo, es aquel en que factores como hechos sociales y contextos históricos inciden de manera clave para que este se desarrolle y tenga un carácter en particular dentro de la sociedad en la que se integra. Idea que reafirman en el libro realizado por ambos autores “Desafíos Comunes. Retrato de la sociedad chilena y sus individuos”, donde destacan que la matriz de formación que tienen la sociedad de individuos chilenos en la actualidad, es una consecuencia del modelo económico neoliberal y el régimen político que surge luego del golpe militar, cambiando la perspectiva de estado benefactor que la sociedad chilena tenía hasta ese entonces, por una matriz basada más bien en la economía, es decir, un contexto histórico – social – económico, del cual dependiendo de las experiencias que hayan tenido en este proceso de cambio, negativas o positivas, crean a un nuevo individuo, el cual fue capaz de generar un cambio adaptativo. Finalmente se rescata el siguiente extracto, el cual nos expresa de muy buena forma, la dualidad del individuo, el hecho de ser algo “único” dentro de la sociedad, pero que a la vez depende de la sociedad para apreciarse como tal.

Cada individuo ocupa una posición y su posición hace de cada uno de ellos un ejemplar a la vez único y típico de las diferentes capas sociales. El individuo se encuentra inmerso en espacios sociales que “generan”, a través un conjunto de “fuerzas” sociales, sus conductas y vivencias (Araujo & Martucelli).

³ Kathya Araujo es doctora en Estudios Americanos y Psicoanalista. Actualmente se desempeña como profesora titular e investigadora de la Universidad de Academia de Humanismo Cristiano. Sus áreas de investigación son la sociología de normas, sociología de la individuación y estudios de género y sexualidades.

Entonces, para efectos de la investigación, podríamos decir a grandes rasgos que un individuo, vendría a ser la unidad más simple que se puede encontrar en sistemas de contexto social más complejos, como lo son la cultura, la política, la historia, la economía, y que para apreciarse como tal debe tener una carga de experiencias que construyan su modo de ser en comunidad. Un individuo no es un ente estático, por el contrario, es alguien capaz de ir mutando, capaz de aprender nuevos conocimientos y adquirir nuevos hábitos, desarrollar sus capacidades en base a las exigencias del cambio del entorno y generar su propia cultura. El medio y la convivencia juegan un rol clave, ya que para considerar a un individuo como tal, es necesario que este tenga una conciencia de convivencia en sociedad.

Es por ello que el concepto de individuo es un aporte para a la investigación, ya que a contar del año 2010 se genera una nueva visión a nivel nacional, a la hora de ver los residuos, donde el Ministerio de Medio Ambiente propone una revaloración, a modo de evitar que se sigan generando los grandes volúmenes de basura a los cuales los municipios se han visto enfrentados y que la mayoría de los vertederos del país ya no están dando abasto. Un actor clave para el éxito de esta propuesta sin duda es la ciudadanía, la sociedad chilena, la cual debería hacer un cambio en el modo de ver y gestionar sus propios residuos, lo cual claramente implica un cambio cultural y de hábitos comunes, un nuevo proceso de individuación respecto a la gestión de residuos, vale decir, como un individuo se plantea ante las acciones de reutilización y reciclaje en su cotidianeidad, y de cómo la sociedad y el Estado logran coordinar un sistema óptimo para el cumplimiento de este fin.

3.2 El Involucramiento

En primer lugar es necesario reconocer qué se entiende por involucramiento y cuáles son sus referencias respecto a su significado. El diccionario de la Real Academia Española define la palabra involucramiento como:

Involucramiento.

1. *m. Acción y efecto de involucrar (ll complicar).*

Involucrar.

(Del lat. involūcrum, envoltura).

1. *tr. Abarcar, incluir, comprender.*

2. *tr. Injerir en los discursos o escritos cuestiones o asuntos extraños al principal objeto de ellos.*

3. *tr. Complicar a alguien en un asunto, comprometiéndolo en él.*

U. t. c. prnl.

(Real Academia Española, 2014)

En un primer acercamiento, podemos destacar que involucramiento implica una acción y un efecto, respecto de los hechos de abarcar, comprender o incluir algo. Por la complejidad del concepto, muchas áreas lo han incluido dentro de sus discursos, como lo son la educación, ciencias sociales y marketing entre otras. Desde la perspectiva laboral surgen definiciones como las siguientes a destacar:

- *Grado en que una persona “quiere” tomar parte en las actividades de la organización para la cual trabajan. (Stafford, Jackson, & Banks, 1980)*
- *Respuesta efectiva en la identificación de una organización basada en un sentimiento de pertenencia y responsabilidad. (Mueller, Wallace, & Priece, 1992)*
- *Identificación con la tarea, la participación activa en la tarea y percepción de que la tarea es importante para el mismo (Blau & Boal, 1997)*

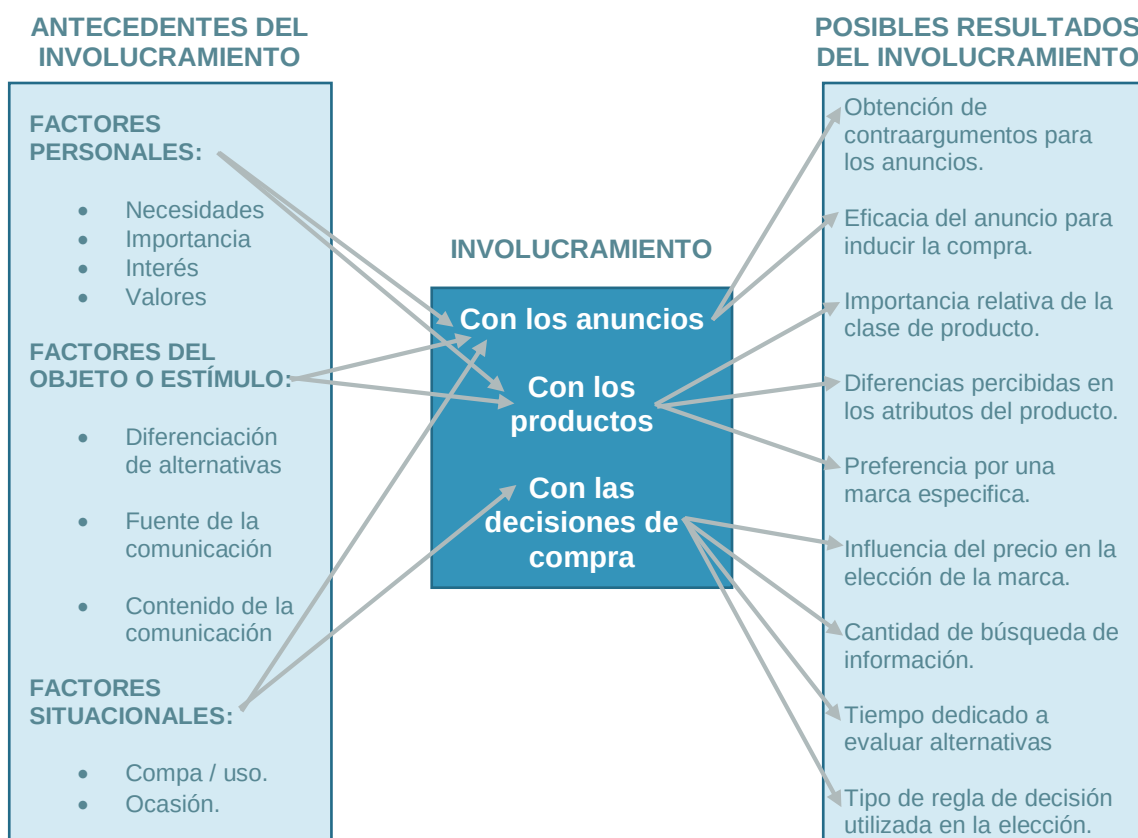
En estas definiciones es posible reconocer la idea de querer ser partícipe de algo en lo que más personas trabajan o aportan, se hace relación con el hecho de sentirse identificado a nivel emocional sobre algo que genera sensaciones de pertenecer y de ser responsable por algo. En resumen se podría decir que las definiciones tienden a dos parámetros importantes, el primero incluye el “factor personal”, vale decir, interés por participar de algo y la importancia de sentir satisfacción por haberlo hecho; mientras que el segundo hace referencia a factores que facilitan participación en alguna actividad en específico. Para efectos de esta investigación, además del rescate de conceptos respecto al involucramiento, se va a utilizar la siguiente definición empleada en libro “Comportamiento del Consumidor” por Michael R. Solomon:

Nivel de importancia que un individuo asigna al objeto con base en sus necesidades, valores e intereses inherentes. (Zaichkowsky, 1985). El término objeto se utiliza en un sentido genérico y se refiere a un producto (o a una marca), un anuncio o una situación de compra. Los consumidores se pueden involucrar con todos esos objetos. (Solomon, 2008).

3.2.1 Conceptualización del involucramiento

Desde el punto de vista del consumo de bienes y servicios, Solomon en la figura 4 muestra que, debido a que el involucramiento es un constructo motivacional, distintas situaciones pueden desencadenarlo. Estos factores pueden ser factores provenientes desde la persona, algo acerca del objeto o algo acerca de la situación en cuestión.

Podemos considerar el involucramiento como la motivación para procesar información. De acuerdo con el grado en que existe un vínculo percibido entre las necesidades, las metas o los valores de un consumidor y el conocimiento sobre el producto, el individuo se sentirá motivado a poner atención a la información del producto. Al activarse los conocimientos pertinentes en la memoria, se crea un estado motivacional que impulsa la conducta (por ejemplo, ir de compras). Conforme se incrementa el involucramiento con un producto, el consumidor dedica más atención a los anuncios relacionados con éste, realiza un mayor esfuerzo cognoscitivo para entender estos anuncios, y dedica más atención a la información relacionada con el producto que contienen. (Solomon, 2008).



$$\text{INVOLUCRAMIENTO} = f(\text{persona, situación, objeto})$$

El nivel de involucramiento puede verse influido por uno o más de estos tres factores. Es probable que ocurran interacciones entre los factores de las personas, la situación y el objeto.

Figura 4 Conceptualización del involucramiento. Extraído del libro El Comportamiento del Consumidor.

Comprendiendo que el estudio de Solomon esta visto desde una mirada de mercado, vale decir, la relación que surge entre producto (o servicio) y consumidor, se realiza una adaptación de esta conceptualización para efectos de esta investigación, donde el individuo pasa a ser usuario y donde producto o servicio pasarían a ser los sistemas para disposición selectiva de residuos.

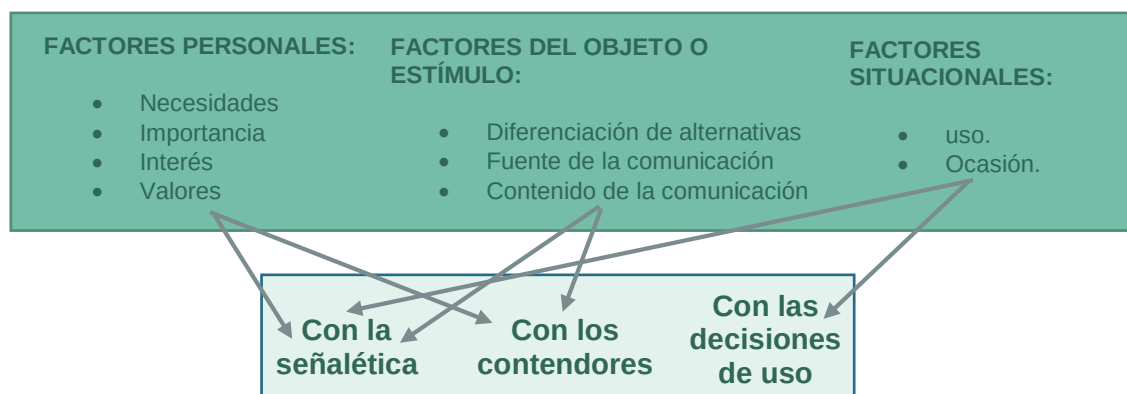


Figura 5 Adaptación de la Conceptualización del Involucramiento. Edición propia.

3.2.2 Niveles del involucramiento

Solomon a la hora de presentar el fenómeno del involucramiento, plantea dos niveles que funcionan como un “*continuo*”, va desde la total falta de interés por un estímulo, hasta la obsesión en el otro extremo. El **nivel de Inercia**, se caracteriza por un bajo involucramiento, donde tomamos decisiones por hábito porque carecemos de la motivación para evaluar alternativas; mientras que el nivel de **Estado de Flujo** se caracteriza por una sensación de alegría, un sentimiento de tener el control, concentración y atención muy enfocadas, disfrute mental por el hecho de realizar la actividad, una percepción distorsionada del tiempo, una correspondencia entre el desafío del momento y las propias habilidades. (Csikszentmihalyi, 1991)

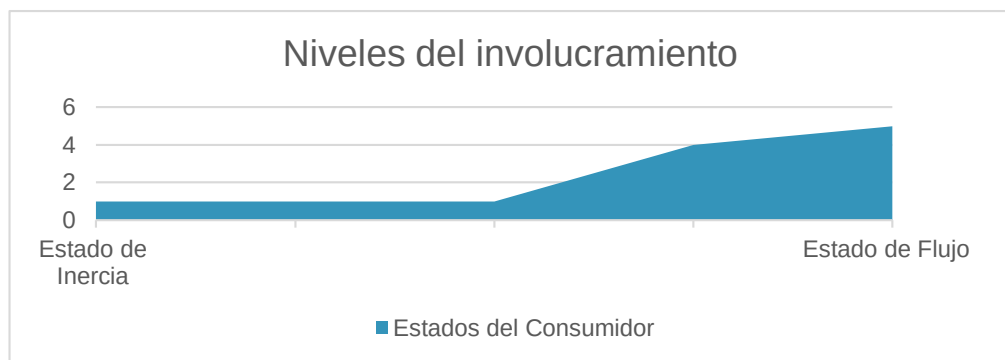


Figura 6 Esquema de los niveles del involucramiento. Elaboración propia a partir del contenido citado.

3.2.3 Facetas del Involucramiento

Además de definir niveles para el involucramiento, se establece que este puede tener distintas facetas, la primera tiene relación con el **involucramiento cognitivo**, lo que significa que el consumidor está interesado en pensar y procesar información relacionada con su meta. Mientras que por su parte, el **involucramiento afectivo** significa que el consumidor está dispuesto a invertir energía emocional o que tiene fuertes sentimientos relacionados con una oferta, actividad o decisión. (Zaichkowsky, 1994)

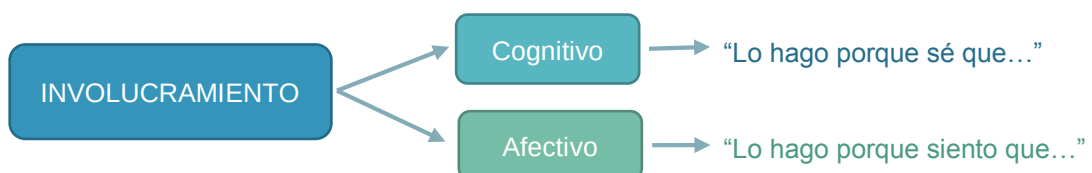


Figura 7 Esquema facetas del involucramiento. Elaboración propia a partir del contenido citado.

3.2.4 Medición del involucramiento

Investigadores franceses diseñaron una escala para medir los antecedentes del involucramiento con los productos. Al reconocer que los consumidores pueden involucrarse con un producto, porque se trata de una compra riesgosa y su uso refleja o afecta al “yo”, ellos recomiendan la elaboración de un perfil de involucramiento que contenga cinco componentes: (Laurent & Kapferer, 1985)

- El interés personal que un consumidor tiene por una categoría de producto, su significado o su importancia personales.
- La importancia percibida de las consecuencias negativas potenciales asociadas con una mala elección del producto (importancia del riesgo).
- La probabilidad de realizar una mala compra.
- El valor de placer de la categoría de producto.
- El valor del signo de la categoría de producto (qué tan estrechamente se relaciona con el yo).

3.2.5 Escala para medir el involucramiento mediante un diferencial semántico

A partir de lo anterior, Zaichkowsky Identifico el componente afectivo como un ítem relevante a la hora de plantear un modelo de medición para el involucramiento, formado por los ítems de: importancia, relevancia, valor, significado y necesidad del producto para el individuo; mientras que el componente cognitivo se recoge a través de los ítems de: interés, preocupación, fascinación, pasión, atractivo. (Zaichkowsky, 1994)⁴

Para mí [el objeto a juzgar] es									
	1	2	3	4	5	6	7		
1. Importante	—	:	:	:	:	:	:	—	Insignificante (1)*
2. Aburrido	—	:	:	:	:	:	:	—	Interesante (2)
3. Relevante	—	:	:	:	:	:	:	—	Irrelevante (1)*
4. Excitante	—	:	:	:	:	:	:	—	No excitante (2)*
5. No significa nada	—	:	:	:	:	:	:	—	Significa mucho para mí (1)
6. Atractivo	—	:	:	:	:	:	:	—	No atractivo (2)*
7. Fascinante	—	:	:	:	:	:	:	—	Ordinario (2)*
8. Carente de valor	—	:	:	:	:	:	:	—	Valioso (1)
9. Envoltente	—	:	:	:	:	:	:	—	No envoltente (2)*
10. No necesario	—	:	:	:	:	:	:	—	Necesario (1)

Figura 8 Escala para medir el involucramiento. Adaptado de Judith Lynne Zaichkowsky, “The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application to Advertising”, *Journal of Advertising* 23, núm. 4 (diciembre de 1994): 59–70.

⁴ Los ítems marcados con asterisco Indica que el reactivo se califica al revés. Por ejemplo, una puntuación de 7 en el reactivo núm. 1 (importante/no importante) se calificaría con 1. Por otra parte los ítems marcados con (1) indican aspectos cognoscitivos del involucramiento; mientras que los ítems marcados con (2) indican aspectos afectivos del involucramiento.

Con esta escala, podemos reconocer que desde la perspectiva de productos es posible otorgar distintas gradualidades desde la perspectiva de lo afectivo y lo cognitivo. Comprendiendo que la investigación presente requiere de la apreciación de estos factores, parte de la valoración propuesta en el modelo de medición con variante semántico será utilizada dentro de la realización de los instrumentos.

3.2.6 Otras visiones para la medición el involucramiento.

Laurent y Kapferer, sostienen que el involucramiento debe ser pensado como un fenómeno multifacético. El instrumento, conocido como “Involvement Profiles”, consta de 19 ítems e involucra cinco dimensiones o formas como el consumidor se relaciona con los productos en el proceso de elección de compra: “importancia”, “placer”, “valor simbólico”, “probabilidad de riesgo” e “importancia del riesgo”. La propuesta para la medición de estos cinco perfiles de involucramiento o antecedentes, radica en el desarrollo de reactivos en forma de escalas de actitud que mide de forma separada cada uno de estos antecedentes. Estos reactivos deben contar con las siguientes características:

- Ser breves,
- Ajuste a cualquier producto (multiproducto),
- Cada escala mida un solo factor
- Confiables.

(Laurent & Kapferer, 1985)

Una de las características más apreciadas desde esta visión de la medición del involucramiento, es la de “multiproducto”, ya que esto permite comparar productos o marcas de distintas categorías con una misma base de medición, lo cual sería aplicable a la investigación, ya que se propone comparar dos puntos limpios de distintas características. Es así, como finalmente los investigadores proponen las siguientes variables a calificar por los consumidores de un determinado producto:

- Interés.
- Placer.
- Valor simbólico.
- Importancia del riesgo.
- Probabilidad del riesgo.
- Importancia.

(Laurent & Kapferer, 1985)

3.2.7 Calificaciones con escala de Likert

Al igual que los autores anteriormente consultados, para la realización de esta investigación se propone que cada uno de los reactivos sean calificados mediante escalas de Likert⁵, la cual consta de cinco calificaciones:

- 5 para “totalmente de acuerdo”
- 4 para “de acuerdo”
- 3 para “neutral”
- 2 para “en desacuerdo”
- 1 para “totalmente en desacuerdo”.

Este modelo de calificación, permite contar con puntajes que pueden analizarse de forma estadística, lo cual se adapta perfectamente a las características cuantitativas de algunos de los instrumentos a desarrollar dentro de la presente investigación.

De los modelos, escalas y mediciones propuestas por los diversos autores anteriormente mencionados, se realizará una adaptación de estos métodos, que resulte ser pertinente a los alcances de esta investigación, ya que como se pudo apreciar, el involucramiento en sí resulta ser un concepto de análisis profundo que permite conocer a cabalidad los niveles de involucramientos presentados por un individuo hacia uno o varios productos determinados.

3.3 La Interacción

La interacción es un concepto utilizado por distintos campos, y dependiendo del área en la cual se esté aplicando, este concepto tendrá distintas definiciones. La Real Academia define la interacción como *acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc.* (Real Academia Española, 2014). En el campo del diseño, la interacción es trabajada desde la relación que tienen los usuarios con un determinado producto, desde esta relación, se puede decir que intervienen múltiples disciplinas, como la usabilidad y la ergonomía.

El concepto de usabilidad puede definirse como el nivel con el que un producto se adapta a las necesidades del usuario y puede ser utilizado por el mismo para lograr unas metas con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto específico de uso. La usabilidad del producto está claramente relacionada con la existencia de affordances que den soporte a las necesidades de información y operación.

⁵ La escala de Likert, se denomina así por Rensis Likert. También se conoce como “método de evaluaciones sumarias”, la cual, es una escala psicométrica utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales.

3.3.1 Affordance

Han existido distintos modos de definir el término *affordance*. El psicólogo James J. Gibson, lo define como como todas las "posibilidades de acción" latentes en el medio ambiente, objetivamente mensurable e independiente de la capacidad del individuo para reconocerlos, pero siempre en relación con los agentes y por lo tanto dependen de sus capacidades (Gibson, 1977). Por lo tanto, de acuerdo a esta definición, es posible darnos cuenta de que el concepto hace referencia posibilidades de acción. Posteriormente, Donald Norman, en el contexto de la interacción hombre-máquina, lo utiliza para referirse "a *posibilidades de acción que son fácilmente perceptibles por un actor*" (Norman, 1990). Ésta es la definición que resulta importante para la investigación, ya que a diferencia de la anterior el concepto depende no sólo de las capacidades físicas de un actor, sino también las metas, planes, valores, creencias y experiencias pasadas del actor, lo cual logra relacionarse con nuestras anteriores definiciones de individuo e involucramiento.

Entonces comprendiendo esta última definición, podemos decir que la relación en el *affordance* considera a usuario, objeto y acciones, considerado como el aspecto potencial que tiene un objeto, cuyo fin es la acción del usuario, desde sus propiedades sensoriales, cognitivas o funcionales. Para que ello sea posible, se debe tener en cuenta las acciones útiles que se pueden realizar con el objeto, incorporando información de lo que es posible hacer con el mismo, debido a que un diseño útil debe implementar las funciones correctas requeridas por los usuarios para satisfacer las necesidades, expectativas y deseos.

A continuación, en la figura es posible observar la relación utilidad y *affordance*, así como también la relación entre usabilidad e información otorgada por el objeto. (Huelves, Aguayo, Lama, & Soltero, 2009)

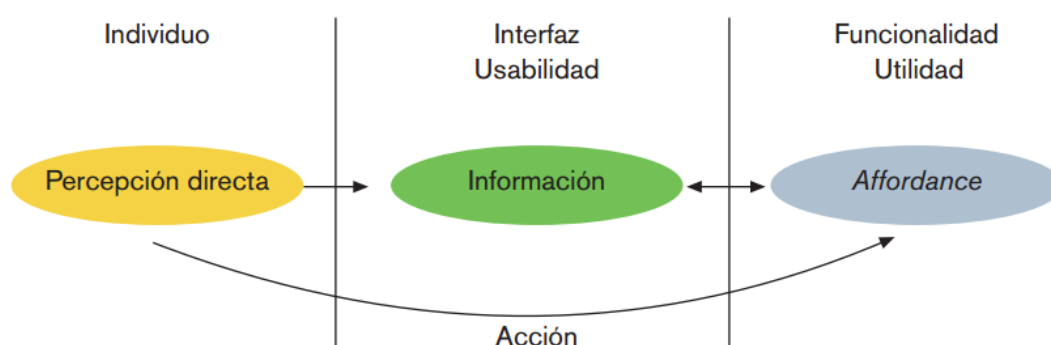


Figura 9 Utilidad y Usabilidad. Extraído del artículo *Diseño para la usabilidad de productos*.

De este esquema podemos decir que el usuario tiene una percepción directa de la usabilidad del producto (información). Esa percepción se la proporciona la información que el *affordance* del objeto le transmite (utilidad potencial). Todo ello determina que el usuario actúe guiado por las *affordances* que el producto posee.

3.3.2 Tipos de affordance

Según los autores señalados en el esquema anterior y reconociendo que affordance son los recursos que un producto ofrece a sus usuarios para dar soporte a sus posibles usos, señalan que existen tres tipos de affordances, función de su percepción y su existencia:

- **Affordances perceptibles:** Cuando existe la affordance y el objeto proporciona información de su existencia.
- **Affordances ocultas:** Cuando existe la affordance, pero no información de su existencia, lo que requiere que el usuario intuya su existencia.
- **Affordance falsa:** Cuando no existe la affordance pero existe información perceptible que indica su existencia, lo que establece una percepción errónea de lo que es posible hacer con el objeto. (Huelves, Aguayo, Lama, & Soltero, 2009)

3.3.3 Interacciones con el producto

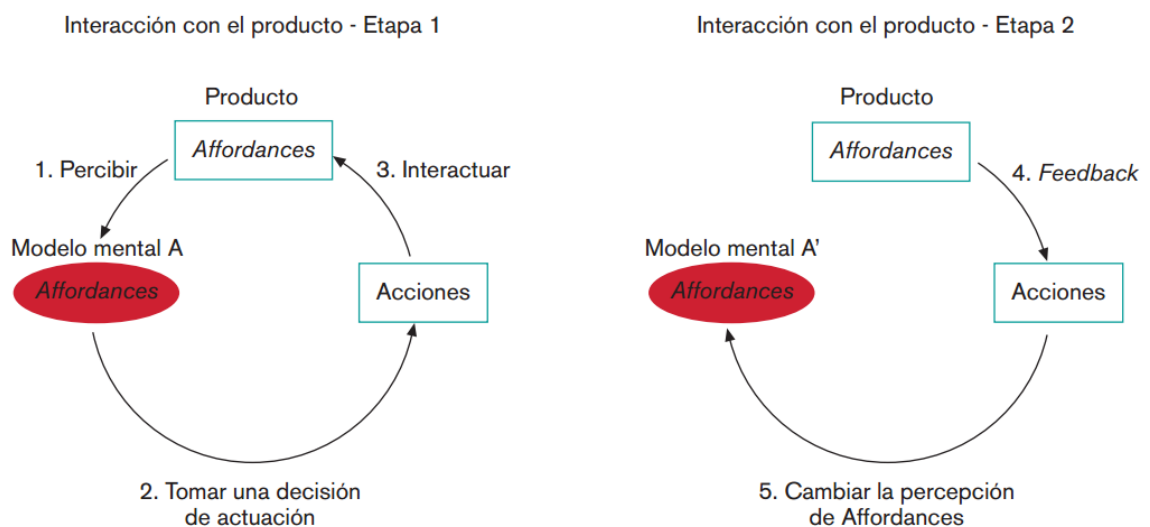


Figura 10 Interacción entre affordance del producto y modelo mental del usuario. Extraído del artículo *Diseño para la usabilidad de productos*.

La figura 8 los autores muestran como en la primera etapa de un proceso de uso, se puede observar cómo el usuario percibe las affordances del producto, generando un modelo mental “A”; es decir, el usuario se crea una representación de cómo se usa el objeto en base a un modelo conceptual de la memoria a largo plazo y la información presente en las affordances del producto. Después de esa percepción, toma una decisión en base a lo que ha percibido del objeto, y actúa haciendo uso del producto de forma exitosa

En el caso de no conseguir los objetivos propuestos de uso, se actúa conforme a la etapa 2, la cual se da cuando la primera no ha tenido éxito. Se

puede apreciar cómo al hacer uso del producto, el usuario comprueba que su percepción, cognición y actuación no le ha permitido conseguir la acción deseada. Para salir de esta situación se genera un modelo mental “A”, el cual da lugar a un uso correcto del objeto, que será incorporado como nuevo modelo conceptual en la memoria a largo plazo.

3.3.4 Visión global del affordance y sus componentes

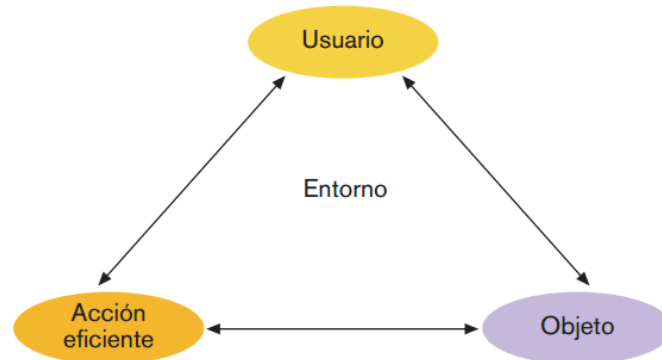


Figura 11 Visión global del affordance. Extraído del artículo *Diseño para la usabilidad de productos*.

El concepto de affordance requiere además de una combinación especial de propiedades. En primer lugar, implica que los atributos físicos del objeto sean compatibles con los del usuario; además, que la información de los atributos del objeto sea compatible con el sistema perceptivo del usuario. Y por último, que los atributos y las acciones que hacen posibles sean perceptibles y relevantes al usuario así como también compatibles con sus características físicas particulares.

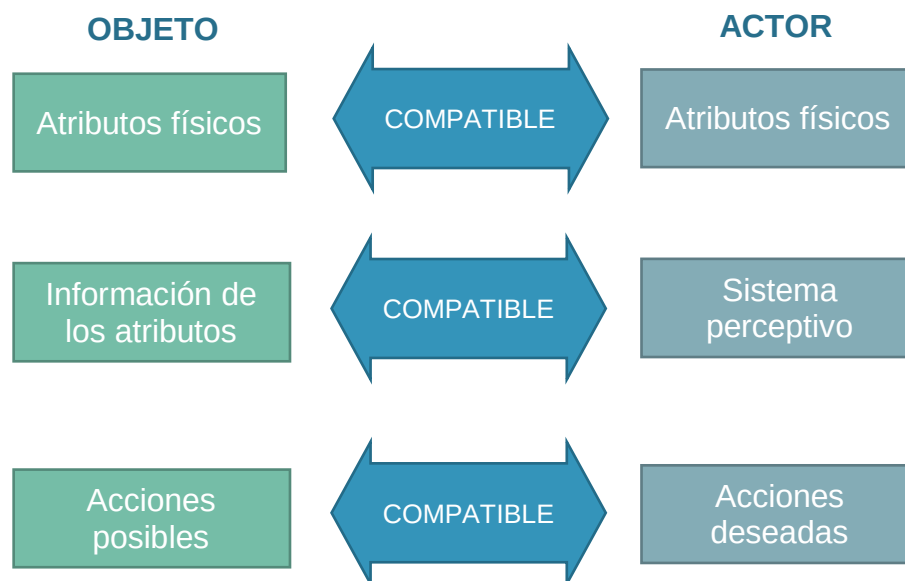


Figura 12 Propiedades necesarias para la existencia de Affordance. Extraído del artículo *Interpretando a los usuarios. Consideración de la percepción subjetiva como factor primordial en el diseño de productos*.

De esta forma, es posible comprender y plantearnos desde la observación requerida para la investigación, que el affordance debe ser reconocido como un canal de comunicación cerrado entre individuo-acción-objeto, donde estos tres conceptos deben tener una perfecta compatibilidad para considerar el cumplimiento. Esto sentara las bases del instrumento numero dos a realizar, por medio de la observación de las acciones realizadas por el usuario en contraste con las que este efectivamente realizase a la hora de dirigirse al punto limpio a realizar el depósito de residuos correspondiente.

3.4 Revalorización de residuos

La OCDE, en la Evaluación de Desempeño Ambiental, dentro de las recomendaciones realizadas, sugiere el uso de los siguientes conceptos con su respectivo significado, a modo de fomentar esta nueva valorización de los residuos. A continuación se señalan los conceptos relevantes para la investigación.

- **Eliminación:** Cualquier acción asociada al tratamiento final cuyo objetivo es tratar o disponer un residuo sin aprovechar sus materiales y/o valor energético.
- **Residuo:** sustancia u objeto que:
 - (i) Se elimina o valoriza.
 - (ii) Está destinado a ser eliminado o valorizado.
 - (iii) Debe, por las disposiciones de la legislación nacional, ser eliminado o valorizado.
- **Residuos sólidos domiciliarios:** residuos generados en los hogares.
- **Residuos sólidos municipales:** residuos generados en los hogares y sus asimilables, como los residuos generados en vías públicas, el comercio, oficinas, edificios e instituciones tales como escuelas entre otros. Estos residuos son considerados residuos no peligrosos.
- **Valorización:** conjunto de acciones asociadas cuyo objetivo es recuperar un producto, uno o varios de los materiales que lo componen y/o el poder calorífico de los mismos. (OCDE, 2005)

Para hablar de residuos y de la generación de estos, es necesario realizar una búsqueda respecto los avances que el país ha tenido en materia de gestión medio ambiental, ya que la creciente generación de residuos sólidos domiciliarios, así como su disposición final, constituyen uno de los principales problemas ambientales generados por la actividad humana.

Leyes y decretos asociados a la gestión de residuos:

Año de vigencia	Leyes y Decretos
1967	D.F.L. N°725, del Ministerio de Salud, que establece el Código Sanitario.
1992	D.S. N°685 en que Chile ratifica el Convenio de Basilea, el cual regula el movimiento transfronterizo de desechos peligrosos y estipula obligaciones a las Partes para asegurar el manejo ambientalmente racional de los mismos, particularmente su disposición.
1994	Ley 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente, que incorpora el tema de los residuos en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental artículo 10.
2000	D.S. N°594 del MINSAL sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo (proviene del D.S. 745 del año 1993).
2004	D.S. N°148 del MINSAL, que establece el Reglamento Sanitario Sobre Manejo de Residuos Peligrosos.
2007	D.S. N°45, de MINSEGPRES, el cual establece la norma de emisión para la incineración y co-incineración.
2008	D.S. N°189 del MINSAL, que regula las condiciones sanitarias y de seguridad básicas en los rellenos sanitarios.
2009	D.S. N°6 del MINSAL, sobre el manejo de residuos generados en establecimientos de atención de salud.
2009	D.S. N°4 de MINSEGPRES, para el manejo de lodos generados en plantas de tratamiento de aguas servidas.
2010	Ley 19.300 sobre Bases Generales del Medio Ambiente , modificada por la Ley 20.417, establece como función del Ministerio del Medio Ambiente proponer políticas y formular normas, planes y programas en materias de residuos (artículo 70 letra g).

Tabla 1 Leyes y decretos asociados a la gestión de residuos sólidos. Extraída del *Informe del estado del medio ambiente*.

3.4.1 Tipos de valorización:

- **Valorización Energética:** Ésta se lleva a cabo por medio de la incineración de los residuos, obteniendo pequeñas cantidades de residuos y energía proveniente de los materiales contenidos. En el caso de los residuos domésticos se utilizarán unos u otros dependiendo de los niveles de eficiencia energética del proceso. Uno de los combustibles que se obtiene es el Combustible Sólido Recuperado.
- **Valorización material:** Es lo que se conoce como “la obtención de nuevos materiales”, o el reciclaje de parte de ellos, para evitar el uso de nuevas materias primas. Los materiales que se pueden valorizar son los envases ligeros, el papel y cartón, el vidrio o la materia orgánica. En este último caso la valorización se hace mediante el compostaje o digestión anaerobia.

Es la valorización material la que resulta relevante para la investigación, ya que por medio de esta, se sientan las bases de la estrategia jerarquizada de residuos a explicar a continuación.

3.4.2 Estrategia jerarquizada de residuos.

Tradicionalmente en Chile, los proyectos para el manejo de residuos municipales han estado centrados en la correcta disposición en rellenos sanitarios, sin embargo, con el establecimiento de la Política Nacional de Residuos, se observa un interés creciente por alinearse con la estrategia jerarquizada para la gestión de residuos que el Ministerio de Medio Ambiente que establece en términos del manejo a nivel nacional. Ésta promueve la prevención en la generación de residuos, seguida de la valorización, dejando como recurso final la eliminación.

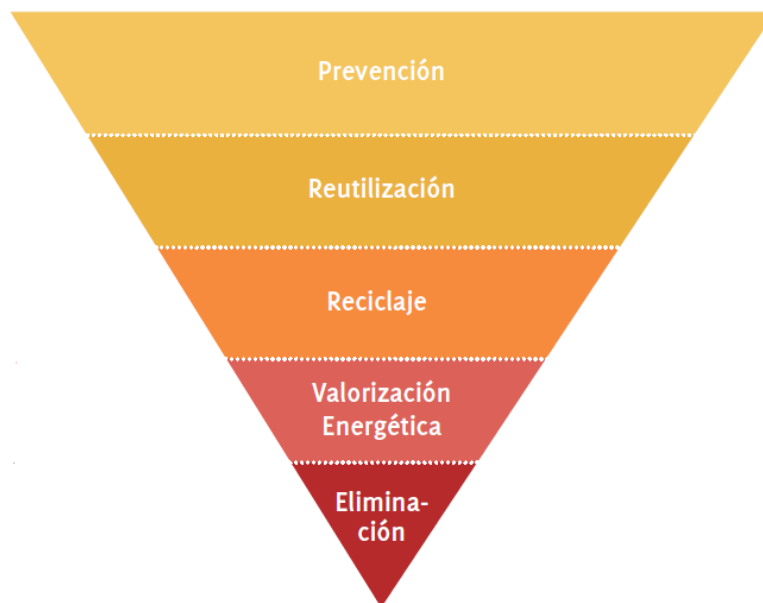


Figura 13 Estrategia jerarquizada de residuos. *Extraída del Informe del estado del medio ambiente. 2011*

Esta jerarquía, está representada por una pirámide invertida a modo de ejemplificar que en un primer lugar debe canalizarse el mayor contingente de lo que podría considerarse como residuo, recayendo dentro de las primeras tres etapas; mientras que la menor cantidad de los residuos, vale decir, aquellos que no logren ser valorizados en las etapas anteriores se destinan para la valorización energética o eliminación en su defecto.

Etapas de la jerarquía:

- Prevención: acciones o medidas destinadas a evitar o reducir la generación de residuos, disminuir la presencia de sustancias peligrosas o contaminantes en ellos, y minimizar los impactos significativos sobre el medio ambiente o la salud de las personas que éstos generen.
- Reutilización: acción consistente en el uso de un material o producto previamente utilizado como insumo en el proceso productivo que le dio origen.
- Reciclaje: acciones de valorización mediante las cuales los residuos son transformados en nuevos productos, excluyendo la valorización energética.

- Valorización Energética: empleo de un residuo como combustible en un proceso productivo.
- Eliminación: acciones que tienen por objeto disponer en forma definitiva los residuos en lugares autorizados para ello en conformidad a la normativa vigente. (Ministerio del Medio Ambiente, 2011)

Todas estas etapas relacionadas a la gestión de RSD, según nuestra constitución actual recaen en el organismo de la municipalidad, tal como se detalla a continuación.

3.4.3 Marco Legislativo

A nivel nacional en materia de residuos, el Ministerio del Medio Ambiente impulso la “Ley de Fomento al Reciclaje” y la “Ley de Responsabilidad Extendida del Productor”, esta última apunta a promover un cambio cultural en cuanto al manejo de residuos provenientes de procesos productivos, entregando a los tanto a los productores, como fabricantes e importadores de los productos, la responsabilidad de gestionar la recolección y valorización de sus residuos y productos al final de su vida útil. Además de lo anterior en lo que respecta a la Ley de Fomento al Reciclaje, se aprobó la norma de “Colores de Contenedores para Residuos” y la norma de “Caracterización de Residuos Peligrosos”, las cuales tienen como fin mejorar y normalizar los procesos de reciclaje en el país.

3.4.4 Normativa de colores para contenedores de reciclaje.

Según la página web del Ministerio de medio ambiente, en lo que respecta a la iniciativa de colores para contenedores de reciclaje, básicamente busca normalizar la identificación de distintas fracciones de residuos y unificar criterios, según la discusión que existe en Europa. Al no existir norma internacional, se ha tomado en consideración el proyecto de norma PrEN 16403:2012 Waste management - Waste visual Elements.

Las especificaciones de colores contenidos en esta norma para fracciones de residuos, pueden ser aplicadas por fabricantes de contenedores y por usuarios que adquieren este tipo de contenedores para almacenar residuos en forma separada. Esta norma define un color único y elementos visuales de identificación para residuos que son objeto de recogida y almacenamiento en forma segmentada, para lograr un adecuado reciclaje. Este sistema de identificación tiene como objetivo facilitar y realizar sin ambigüedades la separación de las diferentes fracciones de residuos por medio de la identificación visual de ellos.

Los colores asignados a cada fracción de residuo son identificados además utilizando el Sistema RAL como referencia principal y el Sistema Pantone como una referencia secundaria. El sistema de identificación de colores RAL define un color mediante un código numérico. Estos colores están identificados por un número de cuatro dígitos, donde el primero es el de la familia

o tonalidad principal. 1: Amarillos, 2: Naranjas, 3: Rojos, 4: Purpuras, 5: Azules, 6: Verdes, 7: Grises, 8: Marrones, 9: Negros y Blancos. (Ministerio del Medio Ambiente, 2015)



Imagen 3 Norma de colores de contenedores para distintos residuos. Extraído de la página web del Ministerio del Medio Ambiente.

Desde el punto de vista de la investigación, la normativa de colores resulta un factor relevante, ya que desde el diseño, se puede emplear esta normativa a la hora de analizar la implementación de los puntos limpios a observar y verificar el correcto uso de los colores señalados por el Ministerio de Medio Ambiente, lo que para efectos de involucramiento con la valorización de residuos por medio de sistemas de disposición selectiva resulta muy relevante, ya que se espera un reconocimiento de estos códigos visuales a lo largo de todo el país a modo de reforzar la idea de valoración que proponen, hacer un mal uso de los colores, podría entonces, provocar un mensaje erróneo en la población que hace uso contenedores con códigos errados.

3.4.5 Participación ciudadana

Como ya se ha mencionado en el transcurso del estudio, el Ministerio del Medio Ambiente por medio de los acuerdos internacionales asumidos, está trabajando en implementar una nueva mirada a través de la elaboración de una Ley General de Residuos, la que involucra promover la prevención en la generación de residuos y, si ello no es posible, fomentar, en este orden, su reducción, reutilización, reciclaje, valorización energética, y la disposición final de los mismos, como última alternativa. Dentro de los documentos estudiados, se señala que parte fundamental del éxito de estas iniciativas es la educación medio ambiental y la participación ciudadana. En este ámbito, se han impulsado áreas de trabajo que permitan generar vínculos entre los actores claves de la gestión ambiental local y de la educación formal. Bajo estos lineamientos, se desarrollan los siguientes programas:

- Mesas de la Política Nacional de Educación para el Desarrollo Sustentable (PNEDS)
- Sistema Nacional de Certificación Ambiental de Establecimientos Educativos (SNCAE)
- Proyecto de Educación Ambiental Territorial (PRODEEM) (CONAMA-JICA)
- Club de Forjadores Ambientales
- Fondo de Protección Ambiental (FPA)
- Participación Ciudadana en los Instrumentos de Gestión Ambiental. (Ministerio del Medio Ambiente, 2011)

De estos programas, en cuanto al involucramiento y la participación ciudadana, en primer lugar se destaca el Sistema Nacional de certificación Ambiental de Establecimientos Educativos, el cual tiene como objetivo promover la educación ambiental a nivel escolar y técnico profesional, involucrando a toda la comunidad escolar, ya sean directivos, profesores, estudiantes, auxiliares y centro de padres y apoderados, vinculándolos con el entorno social en el cual están insertos, ya sean juntas de vecinos, municipalidades. De esta forma, se promueve un desarrollo consciente con el medio ambiente y una cultura en torno a la protección de este, donde los estudiantes no son solo ellos los protagonistas de este aprendizaje, sino que también, se ven incluidas sus familias y la comunidad aledaña al establecimiento por medio de diversas actividades.

Otro de los programas que se destacan es el Fondo de Protección Ambiental, el cual está destinado a apoyar, promover e impulsar iniciativas y acciones orientadas a la protección o reparación del medio ambiente, la preservación de la naturaleza o la conservación del patrimonio ambiental. Este está destinado a organizaciones sindicales, cooperativas, comunidades agrícolas; asociaciones gremiales y organismos no gubernamentales. Universidades públicas y privadas, y centros de investigación. Comunidades y asociaciones Indígenas registradas en la CONADI. Es decir, abarca a un gran número de personas que motivadas por la sustentabilidad del medio ambiente, quieran proponer algún proyecto de esta índole; un ejemplo de esto, es la Corporación La Matriz, quienes por medio de adjudicación de este fondo, implementaron un punto limpio en las afueras de la Iglesia La Matriz en Valparaíso, cuyo fin es motivar al barrio respecto a la valorización de residuos, dando el espacio para que puedan dejar vidrios, botellas plásticas, papel, tetrapack y latas.



Imagen 4 Punto Limpio Corporación La Matriz. Autoría propia.

Además de estos programas, el Ministerio del Medio Ambiente ha desarrollado un manual, llamado “El Manual de la Casa Verde”, el cual va dirigido a los hogares de Chile, el texto que enseña a las familias sobre las prácticas y conductas más amigables con el medio ambiente, para poner en práctica al interior del hogar, además de informar acerca del estado del medio ambiente actual. El documento se divide en cinco áreas: el agua, la energía, los residuos, compras verdes y transporte, abordándolos de manera didáctica por medio de comics. Respecto al área de los residuos, refuerza la idea de la valorización de estos, destacando la idea de la pirámide invertida y sus etapas más importantes, así también, informar acerca de datos duros respecto a la generación de residuos en el país y beneficios y buenas practicas a la hora de reciclar.

Es un error pensar que el problema termina en los rellenos sanitarios; debemos entender que todos somos parte del problema y que está en nosotros prevenir la generación de residuos. Lo primero es que debemos aprender a consumir de manera responsable.

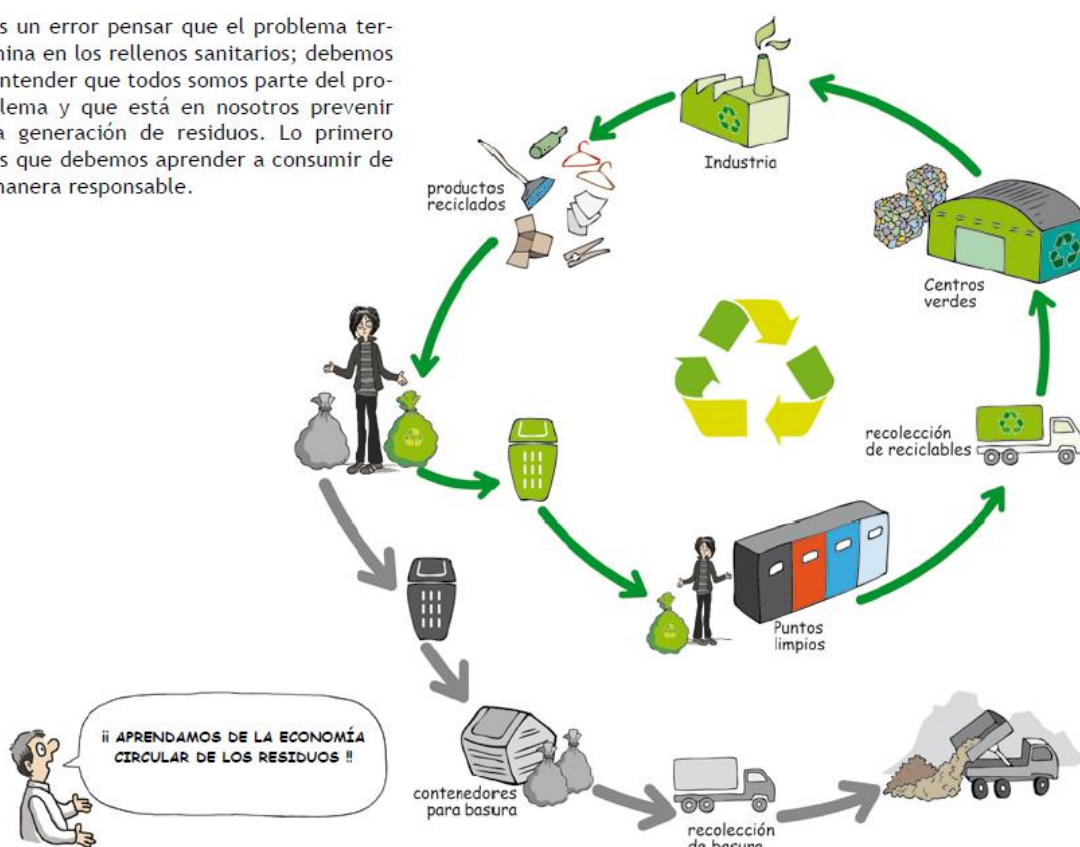


Imagen 5 Economía circular de los residuos. Ilustración extraída del Manual de la Casa Verde.

3.5 Sistemas de disposición selectiva

Cuando se habla de sistemas de disposición selectiva, nos referimos directamente al concepto de reciclaje, el cual hace referencia a un proceso que implica recuperar la materia prima de la cual se elabora un determinado producto, para fabricar otro nuevo, igual o distinto al original. Para que esto sea efectivo, se necesita un cambio radical en la actitud hacia el manejo de los residuos, es decir, cambiar hábitos y costumbres, no depositar todos los residuos en la basura y participar activamente en los sistemas de reciclaje que actualmente existen en nuestro país.

Los sistemas de disposición selectiva, también conocidos como centros de acopio o **Puntos Limpios**, como son reconocidos a nivel internacional. Son instalaciones donde los residuos reciben un pre-tratamiento, el cual consiste en la separación, clasificación, compactación, mezclado y empaque, donde los mismos los ciudadanos colaboran en este proceso, en la etapa de separación en origen⁶, cuyo fin es aprovechar aquellos materiales que pueden ser reciclados directamente, a modo de evitar el excesivo contingente destinado a la disposición final en vertederos o rellenos sanitarios, de esta forma, se separan los residuos que puedan resultar perjudiciales para el medio ambiente y se valorizan los que aún pueden ser reciclados para creación de nuevos productos. A nivel mundial, a la hora de hablar de valorización de residuos, los puntos limpios resultan ser el vínculo directo con la población, logrando involucrar a la ciudadanía con los términos de prevención, reutilización y reciclaje, a modo de facilitar este cambio de hábito en la ciudadanía.

3.5.1 Residuos reciclables.

En la actualidad, la labor de reciclaje de los residuos que han sido dispuestos en contenedores de disposición selectiva, es realizada por parte de empresas u organizaciones con fines benéficos. Los residuos que en la actualidad se reciclan en mayor cantidad son:

- **Papeles y cartones:** Donde la Sociedad Recuperadora de Papeles S.A. (SOREPA) resulta ser el gestor de reciclaje del mayor número de papeles y cartones a nivel nacional.
- **Vidrios:** Cristalerías Chile y Cristalerías Toro (Cristoro) son las dos grandes recicladoras de vidrio en el país. Ambas se asociaron con diferentes organizaciones (COANIQUEM y CODEFF) para instalar campanas en la vía pública e incentivar la recuperación de vidrio desde la comunidad.
- **Metales:** Gerdau AZA, Proacer, COPASUR, son las empresas que se encargan del reciclaje de metales tanto ferrosos como no ferrosos.
- **Plásticos:** Se destaca RECIPET, quien instala campanas para acopiar PET en alianza con organizaciones de beneficencia. Este material lo

⁶ La separación en origen es la práctica a partir de la cual se discriminan los materiales que pueden ser reutilizados o reciclados de los que no pueden ser reciclados. Es considerada como la primera etapa en toda Gestión Integral de los Residuos Sólidos, sin la cual no es posible establecer un sistema de gestión integral de reciclaje eficiente.

procesa para ser transformado en bandejas de frutas o exportado como pellet.

- **Tetrapak:** Este material es recuperado por la misma empresa Tetrapak, que lo entrega a empresas que lo ocupan en procesos productivos. Algunas recuperadoras o recicladoras de papel también lo compran, a muy bajo precio.

Además de estos materiales, en una escala menor de volumen de reciclaje es posible encontrar empresas y organizaciones que se encargan del reciclaje de madera, residuos electrónicos (E-Waste), cartuchos de tinta, pilas y baterías.

3.5.2 Puntos Limpios en Chile

En Chile, la implementación de puntos limpios para RSD, cercanos para ser usados por la ciudadanía, es una iniciativa relativamente reciente. La Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, expresa que la responsabilidad del manejo de los residuos sólidos domiciliarios (RDS) recae en la unidad encargada de medio ambiente, aseo y ornato de cada municipio, se le encargara velar por el funcionamiento del servicio de extracción de basura, como también de proponer y ejecutar medidas tendientes a materializar acciones y programas relacionados con medio ambiente (República de Chile, 1980). El Ministerio del Medio Ambiente, por medio del Sistema de Certificación Ambiental Municipal (SCAM), ha logrado incentivar a un número significativo de municipalidades a involucrarse con iniciativas sustentables y acordes al nuevo enfoque que en materia de residuos el Ministerio está generando. De esta forma, cada municipalidad implementa puntos de reciclaje o puntos limpios, por medio de contenedores de empresas dedicadas al reciclaje de residuos específicos, como plásticos, vidrios, papel y tetrapack; como también, por medio de la creación de sus propios contenedores de acopio del material, el cual destinan a diversas actividades en torno a la sustentabilidad de la comuna.

Además de lo anterior, empresas motivadas por presentar una imagen de sustentabilidad a sus clientes, respecto a sus servicios y a su modelo de gestión, dentro de sus instalaciones implementan puntos de reciclaje para residuos específicos, como lo es el caso de Entel que por medio de su programa Barrio Feliz, utilizan los fondos obtenidos por medio del reciclaje de celulares en desuso, para implementar plazas en zonas de vulnerabilidad. Otro ejemplo, son los de las cadenas de Sodimac y Lider, quienes en algunas de sus sucursales han ido implementando puntos limpios para el reciclaje de diversos residuos.

De esta forma, en Chile poco a poco, ya sea desde los organismos públicos, como también desde el sector privado, se han ido generando los espacios para que la comunidad vaya realizando un cambio de conciencia y de hábitos a la hora de ver los residuos, dejar de considerarlos como basura y comenzar a visualizarlos como materia prima para nuevos productos, siendo el reciclaje una actividad de la cual se puede obtener distintos beneficios.

3.5.3 Puntos Limpios TRICICLOS

TRICICLOS es una empresa dedicada a la implementación de puntos limpios, fundada en 2009 con la idea de crear una empresa distinta, que dejara una huella positiva, creando valor social, ambiental y económico. Partieron haciéndose cargo de su propia basura, analizando los desechos de sus hogares, otras familias y organizaciones, estudiando su contenido y fue ahí donde se dieron cuenta que, gran parte de lo que se considera desperdicio, es materia prima potencial. A partir de esto, se propusieron crear la infraestructura y la logística para recuperar la mayor parte de estos materiales. Además de la implementación de puntos limpios, TRICICLOS ofrece asesorías a pequeñas organizaciones y grandes empresas que buscan generar procesos que los acerquen a la sostenibilidad. Dentro de estas asesorías cuentan con Oficina Verde, Packaging Sostenible y Diagnósticos de residuos. En 2011 TRICICLOS es la primera empresa sudamericana que se certifica como Empresa B, esta certificación, tiene un carácter de ser riguroso en gestión y transparencia, para ser reconocidos como empresa sostenible y que es otorgada por B Lab. A nivel mundial existen 680 empresas B, provenientes de 22 países.

En la actualidad, TRICICLOS cuenta con más de 25 Puntos Limpios en nuestro país, desde Calama a Temuco, dentro de sus clientes se encuentran Santa Elena Ecourbe, Sodimac, Fundación de la Familia, Aramark, Collahuasi, DMH Codelco, Tecno Fast ATCO, algunos municipios e inmobiliarias en la región metropolitana, siendo ésta la zona con mayor intervención de los puntos limpios de TRICICLOS. En la quinta región cuentan con 2 puntos limpios, uno ubicado en Curauma, implementado en conjunto con la inmobiliaria Aconcagua y Chilquinta; y el segundo, ubicado en el sector de Gómez Carreño, el Open Plaza Santa Julia, implementado en conjunto con Sodimac, como parte de su programa sustentable “La Casa ECO, Cuidemos la casa de todos”.



Imagen 6 Punto Limpio Curauma. Fuente <http://www.triciclos.cl/>

- **Materiales reciclables en los Puntos Limpios de TRICICLOS**

TRICICLOS www.triciclos.cl		Guía de Reciclaje  ¡recicla!		No Recibimos	
	Papel Blanco Usado y sin usar con o sin tinta negra, hojas de cuadernos, fotocopias, fax, cartas, entre otros.			Servilletas, papel absorbente e higiénicos	
	Cartón Corrugado, dúplex, cartulinas cajas de embalajes, craft con o sin impresión, cilindros de papel absorbente.			Cajas de huevo, cartones plastificados o encerados	
	Otros Papeles Diarios, revistas, papeles mixtos, boletas, facturas, folletos.			Guías telefónicas, papeles plastificados o encerados, papel diamante	
	Tetra Pak Envases tetra de leche, salsas, vinos, cremas y jugos.			Envases sucios, con residuos orgánicos	
	PET Botellas desechables de bebidas, aguas, jugos, bandejas de tortas, envases clamshell (<i>contenedores de frutas</i>)			Envases de aceite	
	PP Polipropileno Tapas de botellas, envases snack tipo galletas, papas fritas, botellas de shampoo, cremas, margarina y vasos.			Envases contaminados, sucios o con restos de residuos orgánicos	
	PE Polietileno Bolsas tipo camiseta, de basura, envases de detergentes líquidos, bidones y shampoo.	 		Envases contaminados, sucios o con restos de residuos orgánicos	
	PS Poliestireno Vajilla desechable, envases de postres, compota, cereal, yogurt sin etiqueta.			Plumavit, envases de yogurt con etiquetas de papel	
	Otros Plásticos Envases doy pack, mayonesa, comida de perros, alimentos al vacío, envases multicapas.			Juguetes, residuos electrónicos, partes de automóviles, plástico PVC	
	Vidrio Botellas y envases de vidrio.			Espejos, cristales, loza, ampollas, tubos fluorescentes, vidrios de automóviles	
	Aluminio Latas de bebidas, cervezas, láminas de aluminio.			Envases de alimentos desechables	
	Otros Metales Latas de conserva, hojalatas, tapas metálicas.			Residuos electrónicos, CD y/o electrodomésticos	

Imagen 7 Guía de Reciclaje. Fuente: <http://www.triciclos.cl/>

4 CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1 Antecedentes del capítulo.

El siguiente capítulo registra el desarrollo y los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de medición, con ello se espera cumplan con los objetivos específicos para los cuales fueron diseñados a modo de resolver el objetivo general. Se presentara cada instrumento y su desarrollo

El punto limpio a analizar, tiene un horario de atención desde las 08:30 hasta las 20.30, de viernes a miércoles, el día jueves es de receso. Cuenta con dos operarios, uno para el turno de la mañana y otro para el turno de la tarde, estos se encargan del acopio del material, armar los fardos y almacenarlos para su posterior reciclaje. La única intervención que tienen éstos con el público es en el caso de que algún usuario este haciendo mal uso de la instalación y deban ser informados.

En primer lugar, se aborda el objetivo específico número uno, en el cual por medio de un desglose y análisis de las partes relevantes a tomar en cuenta desde la perspectiva del diseño del punto limpio obtendríamos una caracterización de este. En segundo lugar, según los criterios planteados desde el affordance y observaciones relevantes a tomar en consideración de acuerdo a los resultados del instrumento anterior se realiza y aplica la pauta de observación, la daría cumplimiento al objetivo específico número dos, dando respuesta a aspectos de relación e interacción entre individuos y puntos limpios. Por último, se realiza una encuesta que se plantea desde los antecedentes del involucramiento a modo de reconocer aspectos cognoscitivos y reafirmar aspectos afectivos observados en el instrumento anterior. Una vez finalizado lo anterior, se da paso a la presentación de resultados y síntesis de conclusión.

Objetivos Específicos	Instrumentos
Objetivo específico 1	Tabla de caracterización de punto limpio.
Objetivo específico 2	Pauta de observación del usuario.
Objetivo específico 3	Encuesta a usuarios del punto limpio.

Tabla 2 Orden de aplicación instrumentos. Elaboración propia.

4.2 Instrumento 1: Tabla de caracterización de punto limpio

El primer instrumento pretende responder el objetivo específico de caracterizar las prestaciones y uso del punto limpio. Para ello se elabora una tabla de caracterización, la cual considera puntos apreciables desde el diseño y planificación, como lo son los contenedores, la señalética y la ubicación del Punto limpio a analizar; lo cual nos permite obtener una imagen global de lo que aprecia el individuo que asiste al lugar y además de esto, sienta la bases de los instrumentos a construir más adelante.

4.2.1 Aplicación del instrumento 1.

TABLA DE CARACTERIZACIÓN PUNTO LIMPIO OPEN PLAZA SANTA JULIA.			
VARIABLE	DIMENSIÓN	CONSTATACIÓN	OBSERVACIÓN
CONTENEDORES	CANTIDAD	13 contenedores	La cantidad de contenedores permite una gran variedad y subvariedades de materiales.
	TIPO	- Container con divisiones (12). Papeles y cartones (3) / Tetrapack (1) / Plásticos (6) / Latas y metales (2). - Campana (1) Vidrios	El container con divisiones por tipo de residuo resulta ser un buen mecanismo ya que permite el almacenaje de grandes cantidades de residuos, mientras que posibilita la coexistencia de variedades de estos.
	UBICACIÓN	Estacionamientos nivel de la calle, frente a Sodimac, al lado de un servicio automotriz CarCenter.	La ubicación de los contenedores está bien propuesta ya que permite un acceso expedito a estos incluyendo la campana, posibilitando el uso simultáneo de varios usuarios.
	MODO DE USO	Para todos los contenedores, el individuo solo debe introducir en el orificio correspondiente el residuo que el contenedor señala.	Los contenedores al poseer una ventana abierta, sin necesidad de abrir o cerrar dispositivos, permite un uso fluido, la altura es adecuada y en el caso de que algún usuario se viese limitado por esto, el operario puede asistirlo.
	COLOR	- Container (12) NO cumple con la normativa. - Campana (1) SI cumple con la normativa.	Al no cumplir con la normativa de colores, en el caso de que algún usuario asistiera a otro punto limpio, en donde los colores estén de acuerdo a la normativa, podría ocasionarles confusiones a la hora de depositar sus residuos.

Tabla 3 Caracterización del Punto Limpio, variable contenedores. Elaboración propia.

S E Ñ A L É T I C A	CANTIDAD	15 total	Además de la señalética referencia que indica la ubicación del punto limpio, todos los contenedores cuentan con su señalética de información respectiva previniendo posibles confusiones. Además de estas hay otros letreros con información respecto al punto limpio.
	TIPO	Referenciales: 1 Informativas: 14	En cuanto a la señalética referencial, está muy bien propuesta ya que la tipográfica y contrastes de color usados hacen que sea legible con total facilidad. Las señaléticas informativas al igual que el caso anterior, además de tener la información referente al residuo y el estado óptimo de este para ser reciclado cuentan con pictogramas que ejemplifican el residuo que corresponde.
	UBICACIÓN	Presentadas todas de frente. Referencial: sobre punto limpio Informativa: bajo la ventana de deposito	En cuanto a la señalética referencial, está muy bien propuesta ya que permite la lectura desde varios metros de distancia, inclusive desde el exterior del recinto; mientras que las informativas para cada contenedor deberían posibilitar una lectura al nivel de los ojos, ya que la gente evita mirar la señalética y más bien mira lo que hay en el contenedor para cerciorarse del residuo que va.
	INFORMACIÓN	- Referencial (1): Cartel Punto Limpio - Informativa (1): Lista residuos depositables - Container (12): residuos depositables / Estado del residuo. - Campana (1) Tipo de residuo / no depositables.	La información es precisa y clara, define lo que se puede reciclar, cómo debe estar el material para poder ser reciclado y también señala lo que no puede ser dejado. Todas estas ideas son reforzadas con un pictograma que ejemplifica de una manera muy bien lograda el o los residuos que se pueden dejar lo cual en el caso de que una persona o un menor que no sepa leer, aun se podría comprender a que residuo corresponde el contenedor.

Tabla 4 Caracterización del Punto Limpio, variable señalética. Elaboración propia.

UBICACIÓN	UBICACIÓN / ACCESO	Peatonal, vehicular, bicicleta y locomoción colectiva a 1 cuadra	La ubicación está bien planificada, ya que a pesar de estar en un recinto cerrado, permite visualizar el punto limpio a varios metros de distancia, desde la vía pública. Además cuenta con entrada vehicular y estacionamientos cercanos al punto limpio lo que facilita la llegada de usuarios en automóvil, también cerca de este se encuentra la estación para bicicletas y la bajada para personas con silla de ruedas lo que lo hace accesible universalmente.
	ENTORNO	Barrio comercial y residencial. Cercano a ferias libres, establecimientos educacionales y servicios varios.	Lo destacable es que este punto limpio se encuentra en un centro comercial aldeaño a barrios residenciales, lo cual facilita a las personas que viven en los alrededores, realizar.

Tabla 5 Caracterización del Punto Limpio, variable ubicación. Elaboración propia.



Imagen 8 Imágenes del contexto analizado. Autoría propia.

4.3 Instrumento 2: Pauta de observación de usuario.

El siguiente instrumento a desarrollar pretende responder al objetivo específico número dos, el cual hace referencia a caracterizar la interacción del individuo con el equipamiento de punto limpio. Para el cumplimiento de lo anterior se elabora una pauta de observación a partir de la visión global del affordance y la compatibilidad de las características de las partes involucradas, lo que nos da la opción de por una parte, comprender lo esperado de la interacción, mientras que por otra podemos detallar como finalmente es el resultado de la interacción.

4.3.1 Elaboración del instrumento 2.

Para la realización de la observación, se establecieron lapsos de una hora para los turnos de mañana y tarde, durante los 6 días que atiende el punto limpio. De esta forma por una parte se realiza la observación con la tabla presentada a continuación, mientras que por otro se realiza un catastro de la cantidad de usuarios, para posteriormente realizar la muestra para la encuesta del instrumento tres.⁷ La pauta se compone de una tabla de observación cuantitativa que permite reconocer factores relevantes a destacar de la interacción, y por una tabla de observaciones cualitativas generales, acompañada de imágenes para contextualizar la interacción.

- Catastro total de la observación:

Punto Limpio Open Plaza							
Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
Mañana	3	2	2	1	4	3	15
Tarde	2	2	1	2	5	1	13
							28

Tabla 6 Catastro de observación. Elaboración propia.

- Pauta de observación cuantitativa:

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario:				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	

Tabla 7 Pauta de observación. Elaboración propia.

⁷ Para conocer el despliegue completo de las pautas de observación realizadas, ver el apéndice número 1.

Los resultados de la pauta de observación se expresan en gráficos a modo de visualizar de manera cuantitativa los patrones que más se repiten a la hora de analizar la interacción entre individuo y punto limpio.

4.3.2 Resultados de la muestra pauta de observación cuantitativa.



Gráfico 1 Variable affordance, dimensión Individuo. Elaboración propia

Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores

De acuerdo a la observación realizada, la mayoría de individuos que abarca un 71% de la muestra, asiste al punto limpio a depositar varios residuos. Solo un 29% lo hace para deshacerse de algún residuo momentáneo, como al envoltorio de snack o bebidas individuales.

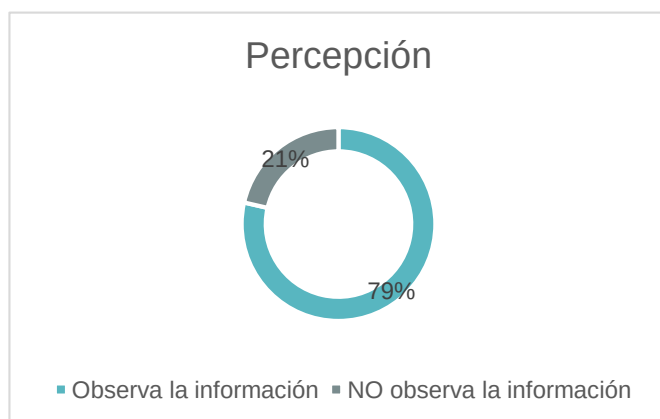


Gráfico 2 Variable affordance, dimensión Percepción. Elaboración propia

Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor

La mayoría de los usuarios observados, es decir un 79% de la muestra observa en un primer lugar la información acerca del residuo a depositar; mientras que solo un 21% de estos lo hace más bien de manera intuitiva.

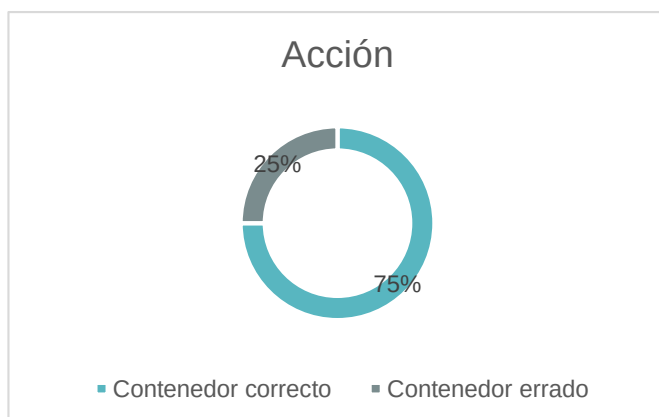


Gráfico 3 Variable affordance, dimensión Acción. Elaboración propia

Deposita el residuo que correspondiente tal como indica el contenedor.

De acuerdo a lo observado en la experiencia, una mayoría de un 75% logra depositar en el primer intento el residuo en el contenedor que corresponde; mientras que el 25% restante debe ser corregido por el operario a cargo para que el residuo quede en el contenedor correspondiente.

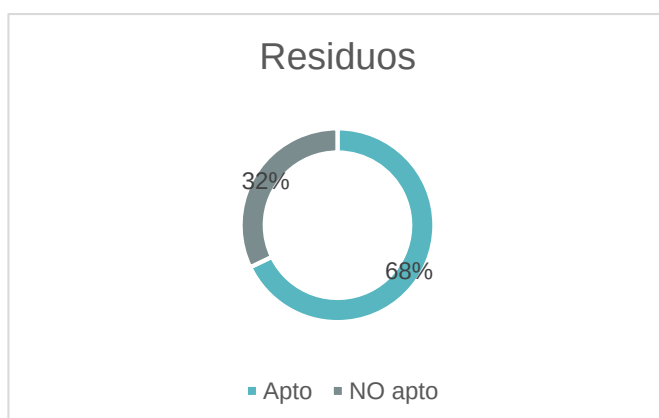


Gráfico 4 Variable affordance, dimensión Residuos. Elaboración propia

El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta.

Respecto al correcto estado en que deben estar los residuos para ser depositados, un 68% muestra una preocupación por que este se encuentre en las condiciones señaladas, mientras que el 32% restante lleva residuos que no cumplen con las indicaciones.

4.3.3 Imágenes lo observado de la muestra.

Imágenes de lo observado. Pauta de observación cuantitativa			
Variable	Dimensión	Lo observado	Imágenes
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	
	Acción	Deposita el residuo que correspondiente tal como indica el contenedor	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	

Tabla 8 Imágenes de lo observado. Elaboración propia.

4.3.4 Tabla cualitativa de observaciones generales.

Observación	Imágenes
El automóvil se presenta como una herramienta clave, ya que la mayoría observada asiste al punto limpio por este medio, el cual le permite traer una cantidad considerable de residuos de una sola vez.	
El punto limpio se presenta como un medio donde padres educan a sus hijos respecto a la valoración de los residuos y de cómo reciclar de manera correcta.	
Es común observar usuarios acompañados a la hora de ir a depositar los residuos, más que los que asisten en solitario.	
Algunos usuarios motivados por querer reciclar, llegan incluso con elementos que no son reciclables, y que de igual forma se lo dejan al operario en el caso de que este pueda buscar algún medio para reciclarlo.	

Algunos de los usuarios observados llegan con bolsas de residuos y lo dejan a un costado, esperando que el operario cumpla esa labor por ellos.	
La mayoría de los usuarios, llega primero al punto limpio y luego de depositar sus residuos, continua hacia al centro comercial.	
En reiteradas ocasiones, los usuarios a pesar de haber leído la información del contenedor, consultaban al operario si efectivamente el residuo que tenían podía ser depositado en el contenedor que ellos pensaban.	

Tabla 9 Observaciones generales interacción Usuario – Punto Limpio. Elaboracion propia.

4.4 Instrumento 3: Encuesta a usuarios de puntos limpios.

Finalmente el ultimo instrumento a desarrollar es una encuesta aplicada a los usuarios de los puntos limpios estudiados hasta el momento, la cual busca responder el objetivo número tres, que consta de identificar los antecedentes de involucramiento del ciudadano, ante la decisión de uso de puntos limpios. Con el fin de reconocer aspectos cognoscitivos del involucramiento y reafirmar aspectos afectivos de este, encontrados en el desarrollo de los instrumentos anteriormente presentados.

4.4.1 Elaboración del instrumento 3.

La encuesta presentada a continuación se aplica a 28 usuarios del punto limpio, a modo de igualar la muestra observada en el instrumento número dos, de esta forma es posible realizar una comparación más fidedigna los resultados de ambas cantidades. Esta fue aplicada en fin de semana, ya que según los operarios del punto limpio son los días con más concurrencia de público y eso facilitaría la realización del trabajo. ⁸

4.4.3 Caracterización de la muestra.

Con el fin de conocer datos de la muestra encuestada se realizaron preguntas como el género y la edad, a modo de reconocer patrones sobresalientes.

Punto Limpio Open Plaza Santa Julia						
Género	Cantidad	%	18 – 25	26 – 35	36 – 45	Más de 46
Femenino	16	58%	3	4	4	5
Masculino	12	42%	2	4	1	5
TOTAL	28	100%	5	8	5	10

Tabla 10 Muestra del Punto Limpio Open Plaza Santa Julia. Elaboración propia.

⁸ Para conocer la encuesta aplicada y es despliegue completo de la muestra, ver apéndice número 2

4.4.3 Resultados de la muestra⁹

Factores personales:

Necesidad:

De acuerdo a los resultados arrojados, una mayoría que abarca el 50% de los encuestados, afirma que está de acuerdo con la afirmación. A este le sigue un 32% que afirma estar totalmente de acuerdo, el 14% se mantuvo neutral al respecto, mientras que solo un 4% señala que se siente en desacuerdo respecto a la afirmación.



Gráfico 5 Factores personales, dimensión necesidad. Elaboración propia.

Importancia:

Respecto a este ítem, la amplia mayoría que abarca un 68% de los encuestados, señala que está totalmente de acuerdo con que reciclar se ha convertido en algo importante. Un 18% se siente de acuerdo con la afirmación, mientras que solo una minoría del 14% se mantiene neutral ante esta afirmación.



Gráfico 6 Factores personales, dimensión importancia. Elaboración propia.

⁹ Las alternativas que no fueron seleccionadas por los encuestados, no fueron consideradas en el despliegue de gráficos.

Interés:

Respecto al factor interés, la mayoría de los encuestados se inclinan por estar totalmente de acuerdo, completando un 64% de la muestra; a este le sigue un 25% que afirma estar de acuerdo. Un 7% se expresa neutral ante esta afirmación y solo un 4% se declara en desacuerdo.

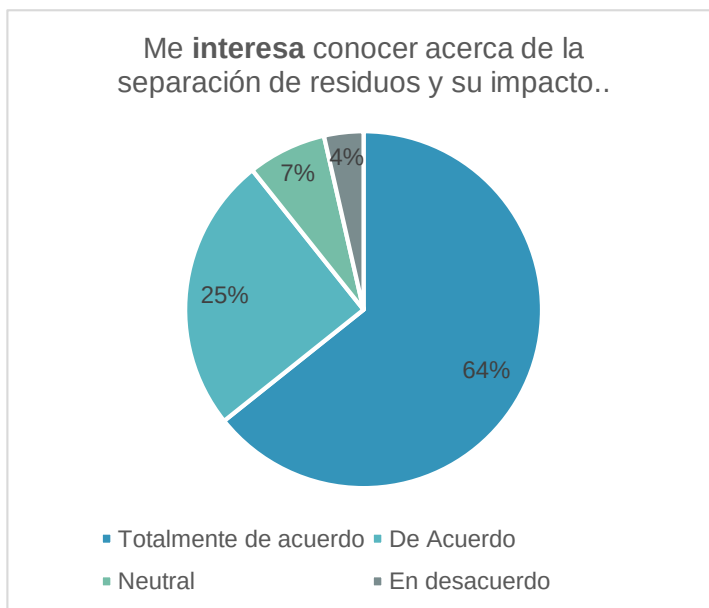


Gráfico 7 Factores personales, dimensión interés. Elaboración propia.

Valores:

En este aspecto consultado, la mitad del total encuestado se inclina por estar totalmente de acuerdo con la afirmación, a este le sigue un 39% de los encuestados, quienes señalan que se sienten de acuerdo con la afirmación. En este caso una porción que abarca el 4% se mantuvo neutral al respecto, mientras que un 7% se expresó en desacuerdo.

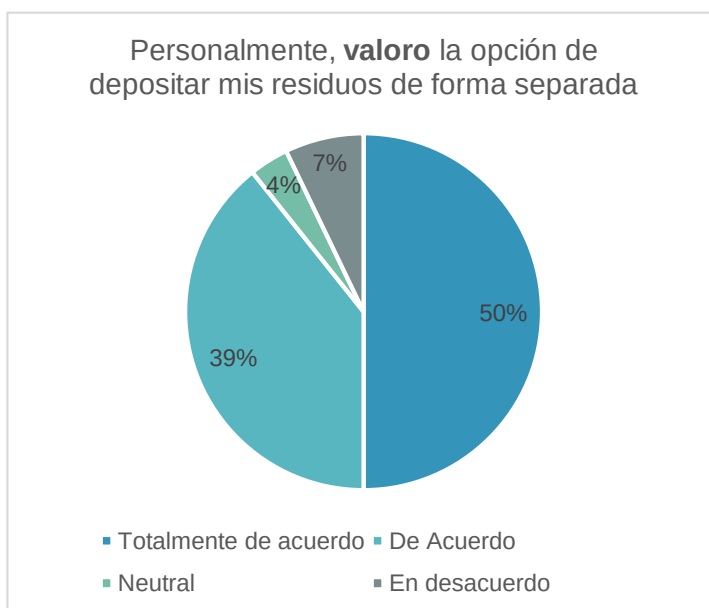


Gráfico 8 Factores personales, dimensión valores. Elaboración propia.

Factores del objeto:

Diferenciación de alternativas:

A la hora de decidir dónde ir a depositar residuos de manera selectiva o separada, el 50% de los encuestados señala que acude a puntos limpios. A este porcentaje, le sigue un 43% que señala que le da igual donde hacerlo y finalmente solo un 7% lo hace en los puntos dispuestos en la vía pública.

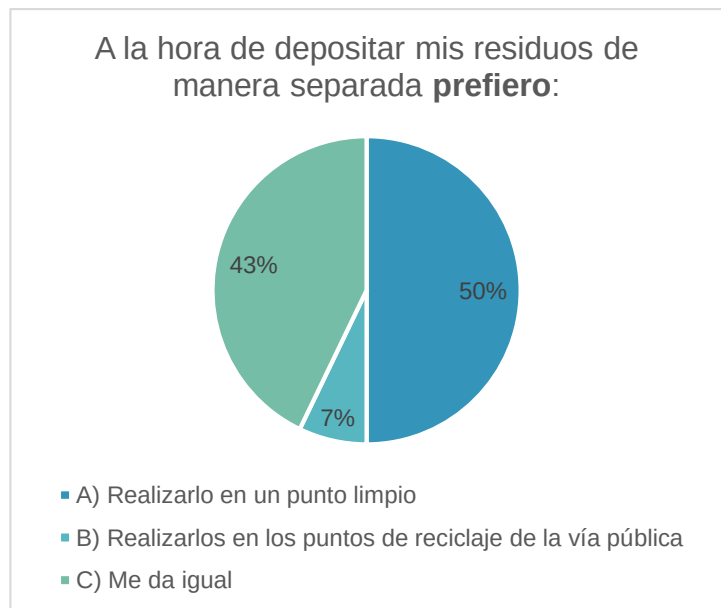


Gráfico 9 Factores del objeto, dimensión diferenciación de alternativas. Elaboración propia.

Fuente de la comunicación:

Respecto a cómo deben estar los residuos para ser reciclados, una amplia mayoría de un 72%, señala que lo hace por medio de la información dispuesta en los mismos contenedores. A estos le sigue el grupo que abarca un 21%, quienes señalan que lo hacen por sus propios medios, mientras que solo un 7% señala que simplemente no se informa sobre esto.

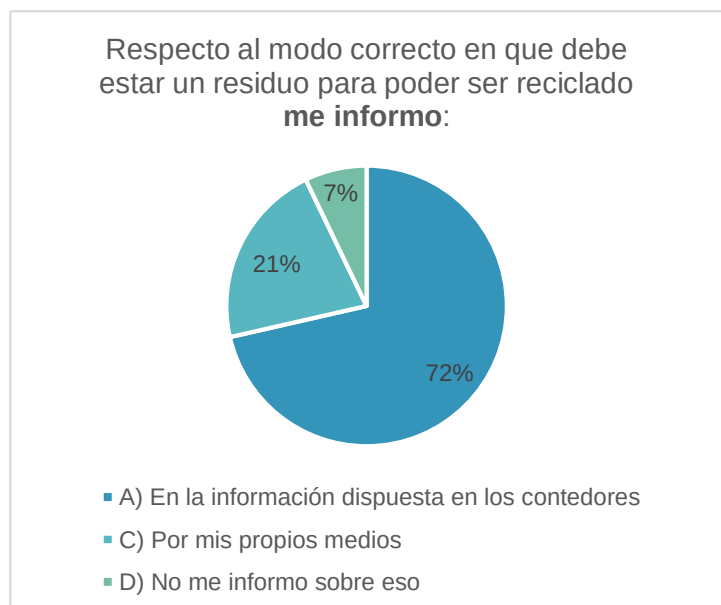


Gráfico 10 Factores del objeto, dimensión fuente de la comunicación. Elaboración propia.

Contenido de la comunicación:

Respecto a la calidad del contenido de la información, la mayoría que abarca un 53% señala que cumple con lo necesario. A esto le sigue un 29% que señala que la información es muy limitada, mientras que solamente un 18% de los encuestados dice que la información es excelente, muy completa.



Gráfico 11 Factores del objeto, dimensión contenido de la comunicación. Elaboración propia.

Factores situacionales:

Ocasión:

Respecto a la ocasión de reciclar, una amplia mayoría, la cual abarca un 87% de los encuestados, señala que lo hace de manera habitual; mientras que solo un 13% señala no hacerlo como hábito.

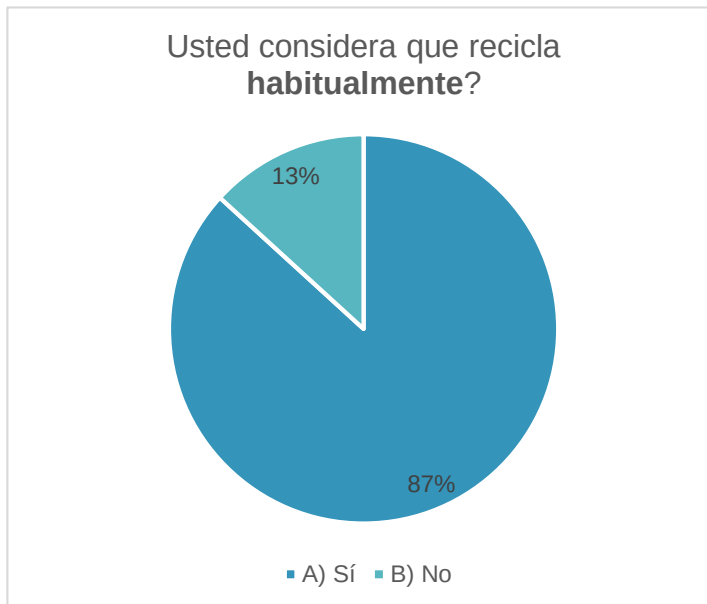


Gráfico 12 Factores situacionales, dimensión ocasión. Elaboración propia.

Ocasión, Sí:

De quienes respondieron afirmativamente a la pregunta anterior, la mayoría de un 43% señala que lo hace al menos 1 vez por semana. A este grupo le sigue un 33% que señala hacerlo cada dos semanas, luego viene un 14% que señala hacerlo al menos dos veces por semanas. Finalmente el 10% restante dice hacerlo 1 vez al mes.

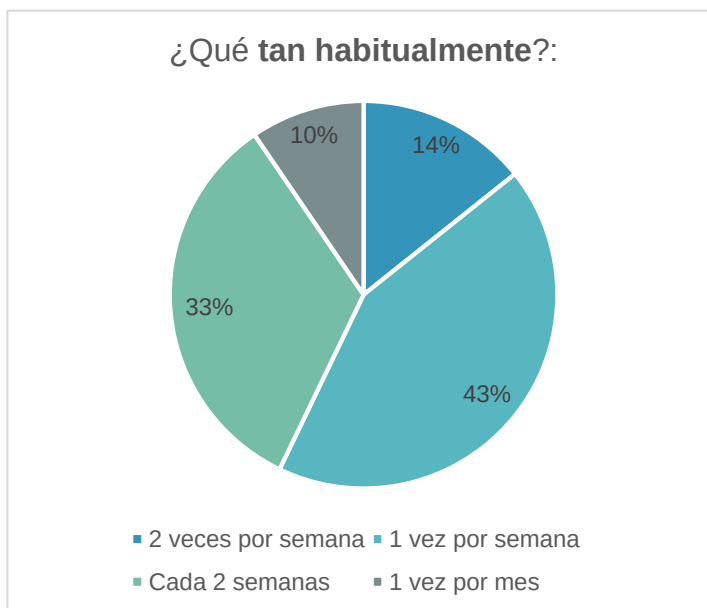


Gráfico 13 Factores situacionales, dimensión ocasión, respuesta afirmativa. Elaboración propia.

Ocasión, No:

Del grupo que señaló que no recicla habitualmente, el 45% respondió que el motivo era la complejidad de separar los residuos en casa; a este le sigue un 33% que señala no tener el hábito de reciclar. Finalmente un 11% dice que no lo hace por lejanía, mientras que el otro 11% restante no lo hace pues simplemente no le interesa hacerlo de forma habitual.



Gráfico 14 Factores situacionales, dimensión ocasión, respuesta negativa. Elaboración propia.

Uso:

Por ultimo, en cuanto al uso que le dan a los contenedores, la mayoría que abarca un 53%, dice que lo hace para depositar residuos que trae desde su hogar. A este grupo le sigue un 36% que además de reciclar elementos traídos de su hogar, recicla residuos momentáneos en el caso de poseerlos. Finalmente solo un 11% solo desecha residuos momentáneos cuando tiene la oportunidad de hacerlo en un punto limpio.

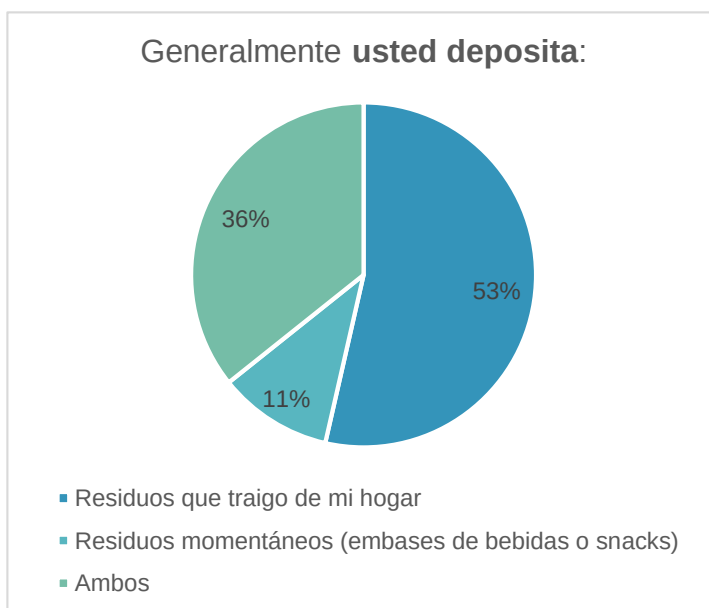


Gráfico 15 Factores situacionales, dimensión ocasión. Elaboración propia.

5 CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

5.1 Resultados

El propósito de este estudio, es caracterizar el involucramiento del individuo, en cuanto a la valorización de los residuos, por medio de la interacción de éste con los sistemas de disposición selectiva. Mediante las técnicas de caracterización del punto limpio, observación de la interacción del individuo con el punto limpio y la encuesta aplicada a los usuarios, se logra obtener antecedentes importantes en cuanto a los factores relevantes de la implementación del punto limpio, que incentivan un mayor involucramiento, como también, factores personales del individuo que influyen en su involucramiento respecto a la valorización de los residuos.

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el estudio, según las temáticas abordadas en el desarrollo de la investigación, en conjunto con los datos relevantes a destacar.

5.2 Caracterización de las prestaciones y uso del punto limpio.

En primer lugar es importante destacar que en la búsqueda de documentos de parte del estado, que normen la implementación de puntos limpios, solo se encontró la normativa de colores, este fue el único referente estricto a la hora de evaluar aspectos de la implementación del punto limpio estudiado. A partir de la tabla de caracterización, se evaluaron como variables los contenedores, las señaléticas y la ubicación, para dar respuesta al objetivo número uno: *Caracterizar las prestaciones y uso del punto limpio.*

En la variable contenedores, se observaron las dimensiones de cantidad, tipo, ubicación, modo de uso y color. Respecto a estos aspectos se observó que existe una cantidad de trece en total, los cuales se dividen en tres para papeles y cartones, uno para tetrapack, seis para diferentes plásticos, dos para metal y aluminio, más una campana para vidrios incorporada por cristalerías toro. Se puede decir que la variedad de materiales establecida es bastante favorable, ya que abarca residuos que generalmente se generan en los hogares, dando la posibilidad de traer todos de una vez si ese fuera el caso. En cuanto a su disposición, es decir cómo se configura el punto limpio formalmente, está muy bien diseñada, ya que su recorrido lineal y espacio libre a su alrededor, favorece el uso de varios usuarios simultáneamente, sin entorpecerse entre ellos.

Un rasgo relevante descubierto en la aplicación del instrumento, fue que estos no cumplieran con la normativa de colores para contenedores de reciclaje, establecida por el Ministerio del Medio Ambiente, esto podría considerarse como un factor negativo, suponiendo el caso de que algún usuario viniese desde otra zona, donde se contase con un punto limpio, donde los colores correspondan con la normativa, este usuario podría, eventualmente, confundirse en un inicio, haciendo que su interacción falle en la primera visita. Si bien, no se halló dentro de la documentación revisada, algún carácter estrictamente legislativo respecto al mal uso del color, sería oportuno que se rectificara, ya que el proyecto de Ley del Fomento al Reciclaje, tarde o temprano podría ser efectiva.

En la variable señalética, se consideraron a observar las dimensiones de cantidad, tipo, ubicación e información. En primer lugar cabe destacar que la señalética referencial está muy bien lograda, desde los aspectos comunicacionales, por su tamaño y contraste de colores utilizado, resulta ser altamente visible desde varios metros de distancia (dos cuadras aproximadamente), dice solo las palabras “PUNTO LIMPIO” entregando claramente el mensaje de que ahí hay un punto limpio.

En cuanto a la señalética informativa que posee cada contenedor, dejando de lado el asunto del color, pues ya se reconoció que este no corresponde a la normativa establecida, el apoyo del pictograma referenciando los tipos de elementos que pueden ser depositados, resulta un apoyo muy bien aplicado, ya que recordando la normativa de colores, en esta se sugiere que se haga uso de pictogramas que indiquen y refuercen la idea del material a depositar. Por otra parte, se observó que la mayoría de los casos, los individuos se acercaban las ventanillas y en primer lugar miraban dentro de esta para ver qué residuo depositar, luego retrocedían unos cuantos pasos para poder mirar bien la información y ahí recién hacen depósito del residuo. Desde este punto de vista, sería bueno considerar ubicar ya sea el nombre o el pictograma del residuo por sobre de la ventanilla a modo de facilitar la lectura y comprensión de este. El espacio sobre la ventanilla del contenedor no está siendo aprovechado y es un buen lugar para ubicar información de rápida lectura como un nombre o pictograma.

En la variable ubicación, se hizo un análisis desde las dimensiones de ubicación – acceso y entorno, respecto a esto, solo se pudo reconocer aspectos a favor de la implementación realizada. El modelo de punto limpio que propone la empresa TRICICLOS se adapta muy bien dentro del contexto de un centro comercial de menor escala como lo es Open Plaza Santa Julia, ubicado en las cercanías de barrios residenciales. Se destaca el hecho de que esté ubicado en los estacionamientos que se encuentran a nivel de la calle, ya que esto le brinda una mayor visibilidad a quienes pasan en locomoción colectiva, automóvil o peatonalmente, algo que no sería posible si se hubiera puesto en el subnivel. Por otra parte, el centro comercial cuenta con varios servicios, a los que los usuarios del punto limpio pueden acceder, luego de dejar su material de reciclaje. El hecho de que este inserto en un barrio residencial, como lo es el sector de Gómez Carreño, es un hecho acertado ya que el punto limpio está pensado y capacitado para recibir residuos sólidos domiciliarios, por lo tanto, se espera que el público que asista sean individuos que traigan los volúmenes de material, acordes a lo generado en los hogares. Además cuenta con los accesos para sillas de ruedas bastante cerca, lo que se aprecia como un carácter de universalidad del servicio. Existe una coherencia en este aspecto, no se evidencian detalles que pudieran considerarse negativos.

5.2.1 Conclusión de la caracterización de las prestaciones y uso del punto limpio.

“Caracterizar las prestaciones y uso del punto limpio”

Como resultado de la caracterización de las prestaciones y uso del punto limpio se establece que a partir de una mirada desde el diseño, se caracteriza por ser un servicio que cumple de manera eficiente, tanto comunicacionalmente, como también en lo formal y espacial. En definitiva lo que busca, es ofrecer un servicio para reciclaje de la manera más simple y clara posible, evitando incluir elementos extras que pudieran ocasionar posibles confusiones. A pesar de que los colores, respecto a lo indicado por el gobierno, estén errados, por lo general no se aprecian aspectos negativos que puedan alejar a los posibles usuarios. La simpleza del servicio en sí, resulta un factor a favor del involucramiento.

5.3 Caracterización de la interacción del individuo con el equipamiento del punto limpio.

A partir de las observaciones hechas desde la caracterización del punto limpio, se hace una serie de observaciones respecto a la interacción del individuo con el punto limpio, a modo de aclarar el objetivo número dos, que hace referencia a *Caracterizar la interacción del individuo con el equipamiento de punto limpio*. El instrumento diseñado para el cumplimiento de este objetivo, consto de dos partes. La primera, era una pauta de observación cuantitativa de las acciones esperadas que se lleven a cabo en el desarrollo de la interacción entre individuo y punto limpio. La segunda parte, se conformó de una tabla cualitativa observaciones respecto a acciones relevantes y reiterativas, respecto a la interacción entre individuo y punto limpio.

Se realizó la observación de individuos, durante los días que funciona el punto limpio, es decir, lunes – martes – miércoles – viernes – sábado – domingo; durante dos horas diarias, una en el periodo de la mañana (10:30 – 11:30) y otra en el periodo de la tarde (16:30 – 17:30). De acuerdo a estos parámetros de observación se obtuvo una muestra de 28 individuos.

En la **pauta de observación cuantitativa**, preliminarmente se puede apreciar una tendencia más bien positiva de los resultados.

En la variable del individuo, que hace referencia a si éste reconoce que el servicio propuesto está planteado para la disposición selectiva de residuos, se verifica que el individuo recurra al recinto con más de un material a depositar. En este aspecto la mayoría de un 71%, lo cual resulta relevante para la investigación, ya que nos habla de una gran cantidad de personas que comprenden el fin del servicio, y hacen uso de este de manera eficiente.

En la variable percepción, que hace referencia a si el individuo se detiene a observar la información dispuesta en los contenedores como primera acción a realizar. En este aspecto se obtuvo que una mayoría del 79% si lo hace, previo al depósito del residuo. Este aspecto resulta relevante para la investigación ya que, el punto limpio al contar con un operario, podría considerarse que él sea quien diga a los usuarios donde depositar los residuos,

por el contrario, la mayoría de los usuarios se desenvuelve de forma autónoma, lo que nos habla de una responsabilidad asumida hacia el reciclaje y un conocimiento aprendido al respecto, por ejemplo a la hora de saber diferenciar los distintos plásticos.

En la variable acción, la cual se refiere a si el individuo deposita un residuo corresponde al contenedor en que lo depositó. En este aspecto, una mayoría del 75% lo hace de forma asertiva, esto es destacable, ya que, a pesar de la variedad de materiales reciclables que recibe el punto limpio, una gran mayoría de usuarios, logra efectuar la acción de depositar donde corresponde de manera exitosa, lo que nos habla de un reconocimiento de la información y una comprensión de esta.

En la variable residuos, la cual hace referencia a si el individuo se cerciora de que el material a depositar se encuentre en las condiciones que la información señala, por ejemplo en el caso del tetrapack, los embaces deben estar limpios y secos, al igual que las latas de conservas. Cumplir con estas indicaciones resulta altamente importante, ya que de lo contrario, de no cumplir con las condiciones especificadas, el hecho de contener residuos orgánicos en su interior, hace que el material comience a descomponerse dentro de los contenedores, provocando malos olores y posterior descomposición de los otros embaces que se encuentren en él. Respecto a esto solo el 68% se preocupa de este aspecto antes de depositar el residuo. Si bien el operador puede señalarle al usuario que el residuo no se encuentra apto para ser reciclado, o en su defecto, retirar el residuo en mal estado del contenedor, la idea es que los usuarios sepan cómo debe estar el material para ser reciclado. A pesar de que la mayoría sabe cómo hacerlo, el grupo que no lo hace como corresponde, tiende a molestarse con el operador, por no recibirle el material. Este punto resulta relevante para la investigación, ya que nos habla de un aspecto más profundo del conocimiento del individuo, respecto a la disposición selectiva de residuos y de la valoración de estos, ya que al tener un conocimiento y una preocupación de entregar los residuos de forma óptima al punto limpio, nos habla de un compromiso y un alto involucramiento con la valoración de residuos por parte de los individuos que asisten al punto limpio.

En la **tabla de observaciones cualitativas** se destacaron aspectos relevantes respecto a la interacción entre usuario y punto limpio, y que no se vieron abordados en la parte cuantitativa. Como por ejemplo el hecho de que en su mayoría, los usuarios llegan al punto limpio por medio de su automóvil, esto ya que le permitiría traer una gran cantidad de material sin un mayor esfuerzo físico de por medio, por lo tanto podría decirse que a la hora de decidir ir a un punto limpio un factor clave que gatille esta decisión es el hecho de poseer un medio de transporte propio como lo es el auto. También en el caso de los fines de semana, es muy común ver padres con niños pequeños yendo a depositar material para reciclaje, donde ellos les enseñan por ejemplo a diferenciar los plásticos, donde encontrar el número que indica donde corresponde, es en este caso donde el punto limpio se vuelve un lugar didáctico y educativo, que los padres pueden aprovechar para inculcar valores de sustentabilidad y cuidado al medio ambiente a sus hijos. Otra situación recurrente, era que dentro de sus materiales para reciclaje traían aparatos electrónicos, cd's y artefactos electrónicos, los cuales no pueden ser reciclados, pero que de todas maneras dejaban ahí por si el personal a cargo podía hacerse cargo de estos, lo cual

podría hablar de un desconocimiento de las prestaciones del lugar, como también de la intención de abarcar un mayor rango de materialidades a reciclar. Además de estas observaciones se reconocieron usuarios que llevaban todos sus materiales dentro de bolsas grandes, y no hacían la labor de separación de estos, si no que dejaban las bolsas a un costado del punto limpio y se retiraban esperando que el operario se hiciera cargo de la labor, siendo que este, debe solamente encargarse de la compactación del material, el acopio de fardos y de señalarle a los usuarios cuando están haciendo un mal uso del equipamiento.

5.3.1 Conclusión de la caracterización de la interacción del individuo con el equipamiento del punto limpio.

Caracterizar la interacción del individuo con el equipamiento de punto limpio.

De acuerdo a lo observado y las cifras arrojadas, se puede decir que la relación que se genera en la interacción entre individuo y punto limpio, se caracteriza por ser una relación armoniosa, tal como pretende que lo sea desde la perspectiva del affordance, donde el objeto entrega una información específica respecto a su uso, el usuario la recibe y completa la acción de manera exitosa, en la gran mayoría de los casos observados. Los casos de affordance errados eran muy pocos y para solucionar estos, estaba el operario quien podía ayudar a que el usuario comprendiese mejor la información y realizara la acción de manera exitosa. De acuerdo a lo estudiado en las facetas del involucramiento, señala que el involucramiento afectivo, se da cuando el consumidor está dispuesto a invertir energía emocional o cuando este tiene fuertes sentimientos relacionados con una oferta, actividad o decisión. Acá es observable claramente un nivel de involucramiento afectivo alto, esto se ve reflejado en como los usuarios se presentan de manera positiva ante el acto de reciclar. Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los acasos observados realizan la selección de residuos, se preocupan de que estos materiales se encuentren en óptimas condiciones y finalmente se encargan de que llegue al contenedor que corresponde, es decir, se reconoce una inversión de energía afectiva por querer que la actividad que está llevando a cabo se cumpla de la mejor manera posible. Cabe señalar que también se observaron casos en los que simplemente no ocurría un involucramiento afectivo del individuo, reflejado en aquellos casos en que llegaban con grandes bolsas o cajas con residuos de diversas materialidades revueltos que eran dejados a un costado del punto limpio, esperando que otro, en este caso, el operario se encargase de la separación, siendo que su labor es otra.

5.4 Identificación de los antecedentes del involucramiento del individuo ante la decisión de uso de puntos limpios.

A partir del estudio en relación al involucramiento del consumidor, se hace una adaptación de la conceptualización del involucramiento, en la parte de los antecedentes del involucramiento. Acá, se hace referencia a aquellas motivaciones desde el aspecto personal de un individuo, que lo llevan a elegir (o no) un producto, o como lo es este caso un servicio. Todo esto con el fin de poder dar respuesta al objetivo número tres, el cual se propone *Identificar los antecedentes de involucramiento del individuo, ante la decisión de uso de puntos*

limpios. Se elabora una encuesta basada en el estudio anteriormente mencionado, y se aplica al mismo número de la muestra anterior, es decir a 28 individuos que hagan uso del punto limpio, se igualan las muestras a modo de tener un resultado más fidedigno de lo que se quiere poner en análisis.

Partiendo por la **caracterización de la muestra observada**, se ve que un 58% de la muestra son mujeres, versus un 42% de usuarios masculinos. En este aspecto, cabe destacar que se observa que la mayoría del público asiste en pareja o en familia, por lo tanto no existe una tendencia de género respecto a la acción de reciclar. Similar es el caso del rango etario, ya que se observa una uniformidad similar, a pesar de que se destaca el rango de edades superiores a los 46 años, este se estableció como un rango más amplio para congrega un grupo que resulto tener edades más dispersas, además cabe destacar que en este rango se encontraron, inclusive, adultos mayores de 68 años, lo que nos habla de la transversalidad que existe acerca del tema de la valorización de residuos.

En los factores personales, se evaluaron las dimensiones de necesidad, importancia, interés y valores, en las cuales solo se destacan mayorías desde el 50% en adelante respecto a estar de acuerdo con las afirmaciones propuestas. En esta parte, se destaca la dimensión de interés la con mayor porcentaje de “totalmente de acuerdo”. Las mayorías evidenciadas en las encuestas, tendientes a una postura a favor de las afirmaciones señaladas, resultan importantes destacar, ya que nos hablan de la valoración personal que posee el individuo respecto a la valorización de residuos y de cómo este valora la implementación del punto limpio.

Los factores del objeto, se evaluaron tres dimensiones. En la **diferenciación de alternativas**, el 50% de los encuestados señalaron que prefieren asistir a un punto limpio a depositar sus residuos, versus un 43% que señala que en definitiva le da lo mismo donde hacerlo. Respecto a esto, los grupos son más bien equivalentes, lo cual destaca que en fondo, no importa donde reciclar, sino más bien hacerlo. En el punto **fuentes de la comunicación** resalta una mayoría de un 72% que dice informarse acerca de modo de en que deben estar los residuos por medio de la información dispuesta en los contenedores, además de esto en el punto **contenido de la comunicación** sobresalen los aspectos de que ésta “solo cumple con lo necesario” y que “es muy limitada”, abarcando un total de 82% del público encuestado. Es destacable, ya que si bien reconocen una información que si bien cumple, muy pocos encontraron que era una información excelente, por lo tanto se concluye que éste tipo de individuo requiere de información de mayor calidad.

En los factores situacionales, en este aspecto, sobresale una amplia mayoría de un 87% que considera como hábito la acción de reciclar, donde la mayoría de un 43% señala que lo hace por lo menos una vez por semana. Acá podemos encontrar un aspecto bastante coherente, ya que para considerar que algo tiene la característica de habitual, debe ser algo que ocurra con una cierta frecuencia no muy distante en lo que refiere a periodos de tiempo, por lo tanto, planteándose desde lo que pudiera ser, el hecho de ir a hacer un depósito de residuos para reciclaje, el transcurso de una semana podría ser suficiente para reunir una cantidad considerable de material e ir a dejarlo.

5.4.1 Conclusión de la identificación de antecedentes del involucramiento del individuo, ante la decisión de uso de puntos limpios.

Existe un alto número individuos que optan por el uso de puntos limpios. Esto se pudo identificar en primer lugar, el gran número de usuarios que señaló como primera opción el hecho de recurrir a un punto limpio a la hora de realizar la disposición selectiva de sus residuos, esto se puede comprender en relación a como se vio en los instrumentos anteriores, el punto limpio analizado, cuenta con una amplia gama de contenedores, para residuos que generalmente se generan dentro del hogar, por lo tanto el individuo que invierte esfuerzos y energía en ir a un punto de reciclaje de estas características, se ve altamente beneficiado por las prestaciones que este le ofrece. Esta tendencia se refuerza, con la amplia mayoría que identificó la acción de reciclaje como un hábito, reflejado en la mayoría que señala hacerlo por lo menos una vez por semana, lo que nos habla de una alta frecuencia hacia este hábito, en este punto limpio en específico.

Profundizando en los aspectos más bien personales del individuo, solo se pueden reconocer cifras positivas, tendientes a un estado de totalmente de acuerdo en las dimensiones de necesidad, importancia y valores, que reafirma la faceta afectiva reconocida en el instrumento anterior, mientras que posicionándonos desde una mira desde la faceta cognoscitiva del individuo, ésta pudo verse reflejada por un alto porcentaje de encuestados que señalaban en la dimensión de interés, que se sentían totalmente de acuerdo con conocer más acerca de la separación de residuos y su impacto. Esta tendencia se vio altamente reforzada, en la dimensión del contenido de la comunicación, donde la mayoría de los encuestados se agrupó en las alternativas de que la información solo cumple con lo necesario y que es muy limitada, lo cual representa un deseo por parte de los usuarios del punto limpio, por conocer más sobre la disposición selectiva de residuos. Por lo tanto, de acuerdo a lo estudiado en el marco teórico de esta investigación. Lo anterior calza con lo visto en las facetas del involucramiento, desde una visión de involucramiento cognoscitivo, el cual señala que se cuando el consumidor está interesado en pensar y procesar información relacionada con su meta.

5.5 Discusión de resultados

Caracterizar el involucramiento del individuo, en cuanto a la valoración de los residuos, por medio de la interacción de éste con los sistemas de disposición selectiva.

El involucramiento del individuo en cuanto a la valoración de los residuos, por medio de la interacción de este con los sistemas de disposición selectiva, también conocidos como puntos limpios, se caracteriza por en un primer lugar a partir de las prestaciones que ofrece el punto limpio, tal como se describe en la respuesta del objetivo número uno, el cual se caracteriza por ser un servicio eficiente en su totalidad, visto desde el punto de vista comunicacional, es busca comunicar al usuario de forma directa y precisa, mientras que en cuanto a la propuesta formal y espacial, se presenta simple, incluso se puede decir que minimalista, ya que no presenta elementos extras que pudieran dificultar la acción de depositar residuos y que por su accesibilidad, se muestra como un lugar inclusivo ya que permite el acceso de todo tipo de público. Por otra parte la ubicación de este resulta clave para concurrencia de público.

Se evidencian rasgos de cómo la interacción entre individuo y punto limpio, inciden en el involucramiento de este, en el desarrollo y en la respuesta del objetivo número dos, cuando en una primera lectura se tienen porcentaje altos en cuanto al correcto modo de realizar la acción de depositar el material para reciclaje, mostrando una preocupación por que el material se encuentre en las condiciones señaladas por la información disponible. Además de lo anterior, resulta destacable mencionar, que la acción de ir a reciclar sea, sea una actividad que se realice en familia o en pareja, ya que al hacerlo con alguien mas, habla de un mayor compromiso por llevar la actividad a cabo, y en la mayoría de los casos con una actitud positiva de por medio, lo que nos muestra un involucramiento afectivo predominante. Además el hecho de que varios llegaran con materiales que el punto limpio no recibía por el momento, nos habla de que un gran número de individuos está dejando de reconocer los materiales y objetos en desuso como “basura” y lo ven más bien como una oportunidad para generar nuevos productos, lo que nos da una visión positiva respecto a la valoración de residuos. Finalmente desde el aspecto personal, como se presenta en la respuesta del objetivo específico número tres, es también reconocible un alto nivel de involucramiento cognoscitivo por parte de los individuos encuestados, lo cual se ve representado por un una gran mayoría que se siente interesado por conocer más respecto a la valoración de residuos en general.

Por lo tanto se puede decir que el involucramiento del individuo, de acuerdo a lo estudiado en los niveles del involucramiento, este se caracteriza por estar en un **Estado de Flujo** constante, el cual se caracteriza por una sensación de alegría, un sentimiento de tener el control, concentración, atención enfocada, disfrute mental por el hecho de realizar la actividad, entre otras características, las cuales fueron claramente evidenciadas en el desarrollo de los instrumentos. Una disposición positiva, el seguimiento de las instrucciones dadas en la información del contenedor, el respeto por el entorno y por la implementación realizada para la actividad del reciclaje, como también para el operario a cargo. También fue apreciable el estado de inercia, pero a una escala muy menor en comparación a los individuos en estado de flujo, presentándose más bien como casos aislados, por medio de llevar los residuos y dejarlos a un costado, o enojo

a la hora de que el operario les señale que el material que están dejando no se encuentra en las condiciones señaladas o que no ser recibido.

El principal aporte de este estudio, es que más allá del modo y forma en que se presente un sistema de disposición selectiva para residuos, los individuos por lo general se sienten involucrados con la valoración de residuos. Existe un reconocimiento de que el reciclaje es un tema importante a considerar y lo hacen parte de su vida. Esto podría considerarse como un proceso de individuación en el ámbito de la sustentabilidad, donde un grupo de individuos está comenzando a cambiar el concepto de “basura” por la de “residuo” que puede ser recuperado y transformado en un nuevo producto o material.

6 CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES.

De acuerdo a la hipótesis planteada, la cual hacía referencia a que *El diseño y planificación de puntos limpios no logran incentivar un real involucramiento del individuo, respecto a la valorización de residuos por medio de la disposición selectiva*, en este caso de estudio, es decir en el punto limpio implementado por la empresa de reciclaje triciclos, ubicado en el centro comercial Open Plaza Santa Julia, no se cumple, debido que desde una visión de diseño el punto limpio, comunicacionalmente como también formalmente, cumple y es eficiente con el fin que busca. Por otra parte los individuos analizados cuentan con una carga valórica importante respecto a los residuos en general, la cual no se ve influida por el punto limpio en sí, ya que como se pudo reconocer, independiente de reciclar en un punto limpio o en los contenedores de la vida pública, lo relevante era reciclar.

Por lo general y como ya se ha mencionado anteriormente, solo se pudo obtener cifras positivas en el estudio, mientras que los aspectos negativos resultaron ser muy mínimos y totalmente solucionables. Desde el diseño, solo se pudo reconocer una mínima falencia a nivel comunicacional, respecto al aprovechamiento de espacio en beneficio de la lectura del usuario, pero que por lo general, esta no era un impedimento para que la persona realizara la acción de forma autónoma. Por otra parte, los usuarios que presentaron una mala disposición en el desarrollo de su interacción con el punto limpio, como por ejemplo al no poder dejar un residuo ya que este no era recibido, era muy escasos, la mayoría de los individuos, al ser informados de esto, señalaba que para la próxima vez lo tendría en consideración. Sin dudas esto nos habla de un sistema que esta funcionando de manera exitosa, comprometiendo a la ciudadanía con un nuevo concepto de basura a residuos aprovechables.

El caso estudiado, se transforma en una oportunidad de diseño y futuras aplicaciones desde lo proyectual, ya que todos estos centros comerciales de baja escala ubicados en zonas más bien residenciales, resultan el lugar ideal para la implementación de puntos limpios. La gran mayoría (por no decir la totalidad) de los asistentes al punto limpio, luego de esto continuaban hacia el centro comercial a realizar sus actividades, como por ejemplo ir al súper mercado. Y es en el ejemplo del súper mercado, donde podría surgir otra oportunidad, ya que éste podría generar un vínculo con el punto limpio a la hora de querer incentivar el uso de bolsas reutilizables, las cuales en un inicio podrían cargar con sus materiales para reciclaje, luego pasar al súper mercado y cargar su mercadería, lo cual podría replicarse con la mayoría de los comercios que se encuentran en el centro comercial.

RECOMENDACIONES

Cabe señalar, que en un inicio la investigación se había planteado como un análisis comparativo de dos modelos de puntos limpios. Se iba a poner en análisis caso presentado y el punto limpio ubicado en el frontis de la Iglesia La Matriz. Este último requería un mayor tiempo de observación ya que no había mucha concurrencia, en comparación con el punto limpio estudiado finalmente. No obstante resultaría de gran aporte realizar un análisis comparativo ya que se podrían recoger otras visiones de cómo sería el involucramiento bajo otros parámetros de diseño e implementación.

Como una primera lectura de lo que sería el involucramiento del individuo respecto a la valoración de residuos, por medio de la interacción de sistemas de disposición selectiva, reconociendo que la investigación se realiza bajo tiempos muy acotados, nos abre una gran cantidad de aspectos a considerar en futuras investigaciones. Por ejemplo profundizar en el estudio de la actitud para complementar y enriquecer el involucramiento. También podría hacerse en estudio enfocado en aquellos casos, en que más bien existía un estado de inercia, a modo de reconocer en estos individuos los factores relevantes que podrían hacerlos cambiar a un estado de flujo. Finalmente, posterior a la aprobación y puesta en marcha de las futuras Leyes del Fomento al Reciclaje y de Responsabilidad Extendida del Productor, rehacer un análisis, pero enfocado a las implementaciones y del cumplimiento de sus diseños, con lo que apunta la ley, ya que como pudo verse en el estudio, por el momento el punto limpio de la empresa Triciclos no está acorde a la ley de colores propuesta por el Ministerio del Medio Ambiente.

Para finalizar, se invita a quien desee continuar en la línea investigativa a tomar este trabajo como base, y sus instrumentos, para contribuir con futuras investigaciones, de esta forma, contribuir a la descontaminación y la sustentabilidad de nuestro país.

APÉNDICE

Apéndice 1: Pautas de observación instrumento número dos.

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Lunes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Lunes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Lunes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Lunes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Lunes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Martes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Martes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Martes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Martes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Miércoles Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Miércoles Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Miércoles Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Viernes Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Viernes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Viernes Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	
			El residuo no corresponde	X
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	
			No observa la información	X
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Sábado Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Domingo Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Domingo Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Domingo Mañana 10:30 – 11:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	
			Solo un residuo	X
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	
			No apto para reciclaje	X

Unidad de observación: Usuarios				
Punto de observación: Punto Limpio Open Plaza Santa Julia				
Horario: Domingo Tarde 16:30 – 17:30				
Variable	Dimensión	Lo observado	Indicador	
A F F O R D A N C E	Individuo	Se acerca a depositar distintos residuos en los contenedores	Varios residuos	X
			Solo un residuo	
	Percepción	Se detiene a observar la información respecto al residuo y al contenedor	Observa la información	X
			No observa la información	
	Acción	Deposita el residuo que corresponde, tal como indica el contenedor	El residuo corresponde	X
			El residuo no corresponde	
	Residuo	El usuario se cerciora de que el residuo cumpla con las condiciones estipuladas en la información dispuesta	Apto para reciclaje	X
			No apto para reciclaje	

Apéndice 3: Encuestas a usuarios de Punto Limpio, instrumento número dos.

DATOS PERSONALES							
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO			
Edad	18						
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia						
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN	RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.	5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí	5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.	5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada	5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	48									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	35									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No			
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m			
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual			
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.			

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	25									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	30									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	68									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No			
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m			
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual			
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.			

DATOS PERSONALES										
Genero			FEMENINO		X	MASCULINO				
Edad		23								
Punto Limpio		Open Plaza Santa Julia								
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Si / No			
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m			
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual			
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.			

DATOS PERSONALES											
Genero			FEMENINO		X	MASCULINO					
Edad		35									
Punto Limpio		Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN					RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.					5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí					5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.					5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada					5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	42									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	21									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES											
Genero			FEMENINO		X	MASCULINO					
Edad		56									
Punto Limpio		Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN					RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.					5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí					5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.					5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada					5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	53									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	35									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	25									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	40									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	29									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	42									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	34									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	36									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	34									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	52									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	63									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	61									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Si / No			
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m			
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual			
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.			

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	46									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	51									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero		FEMENINO	X	MASCULINO						
Edad	54									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	38									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Sí / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

DATOS PERSONALES										
Genero	X	FEMENINO		MASCULINO						
Edad	32									
Punto Limpio	Open Plaza Santa Julia									
VARIABLE	DIMENSIÓN	AFIRMACIÓN				RESPUESTA				
Factores Personales	Necesidad	Reciclar se ha convertido en algo necesario para mí.				5	4	3	2	1
	Importancia	Reciclar se ha convertido en algo importante para mí				5	4	3	2	1
	Interés	Me interesa conocer acerca de la separación de residuos y su impacto.				5	4	3	2	1
	Valores	Personalmente, valoro la opción de depositar mis residuos de forma separada				5	4	3	2	1

Factores del objeto	Dif. De alternativas	A la hora de depositar mis residuos de manera separada prefiero: A) Realizarlo en un punto limpio. B) Realizarlo en los puntos de reciclaje dispuestos en la vía pública. C) Me da igual.	A	B	C	
	Fuente de la comunicación	Respecto al modo correcto en que debe estar un residuo para poder ser reciclado me informo: A) En la información dispuesta en los contenedores. B) manuales e información del gobierno. C) por mis propios medios. D) No me informo sobre eso.	A	B	C	D
	Contenido de la comunicación	Respecto a la información que entregan los contenedores, creo que la información es: A) Excelente, Muy completa. B) Cumple con lo necesario. C) Es muy limitada. D) No reconozco ninguna información.	A	B	C	D

Factores situacionales	Ocasión	Usted considera que recicla habitualmente?	Si / No
		*Sí. ¿Qué tan habitualmente?	2 veces x semana / 1 vez x semana / cada 2 semanas / 1 vez x mes / 2 o + m
		*NO. ¿Por qué no?	No tengo el hábito / Me queda lejos / es complejo separar residuos en casa / no me interesa hacerlo de forma habitual
	Uso	Generalmente usted deposita:	Residuos que traigo de mi hogar / residuos momentáneos (embaces de bebidas o snacks) / Ambos.

ANEXO

Carta de autorización, entregada por el encargado de los puntos limpios de Triciclos en la quinta región.



31 de Agosto de 2015.

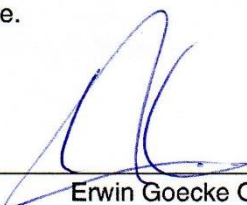
Srta. Paulina Beatriz Carreño Reid.
Tesisista de la Carrera de Diseño.
Universidad de Valparaíso.

Estimada:

Por medio del presente documento, como empresa TRICICLOS S.A damos nuestro consentimiento y colaboración para que pueda desarrollar y llevar a cabo su investigación en nuestras dependencias, Punto Limpio Open Plaza Santa Julia, ubicado en Av. Alessandri 4085, Sector Gómez Carreño, Viña del Mar.

Deseándole éxito en esta labor y esperando que resulte un valioso aporte en el ámbito del reciclaje y la participación ciudadana.

Se despide cordialmente.



Erwin Goecke Olivares.

Encargado Regional TRICICLOS S.A V región.



TRICICLOS

Los Conquistadores 2307, Providencia, Santiago, Chile.
Fono (02) 2-2078859 / (02) 2-2281927 - contacto@triciclos.cl

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- Araujo, K., & Martucelli, D. (s.f.). *La individuación y el trabajo de los individuos*. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/ep/v36nspe/v36nspea07>
- Aristóteles. (1994). *Metafísica*. En T. C. Martínez, *Metafísica* (pág. Cap.10). Madrid: Editorial Gredos.
- Blau, G., & Boal, K. (1997). Conceptualizing How Job Involvement and Organizational Commitment Affect Turnover and Absenteeism. En *The Academy of Management Review* (págs. 288-301).
- CONAMA. (2005). *"Sistemas de Reciclaje. Estudio de Casos en la Región Metropolitana."*. Santiago.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. Nueva York: HarperCollins.
- Departamento Gestión Ambiental Local. (2014). *Manual del Sistema de Certificación Medio Ambiental Municipal*. Ministerio del Medio Ambiente.
- Gibson, J. J. (1977). El percibir, Actuar, y sabiendo. En *La Teoría de Affordances*.
- Gobierno de Chile: Ministerio del Medio Ambiente. (2014). *Primera Encuesta Nacional de Medio Ambiente*.
- Huelves, Á., Aguayo, F., Lama, J., & Soltero, V. (2009). *Diseño para la Usabilidad de Productos*.
- Laurent, G., & Kapferer, J.-N. (1985). Journal of Marketing Research. En *Journal of Marketing Research* (págs. 41-53). American Marketing Association.
- Laurent, G., & Kapferer, J.-N. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles. En *Journal of Marketing Research* (págs. 41-53). American Marketing Association.
- Ministerio del Medio Ambiente. (2011). *Informe del estado del medio ambiente*. Gobierno de Chile.
- Ministerio del Medio Ambiente. (10 de Septiembre de 2015). *mma*. Obtenido de Norma Colores de Contenedores para Reciclaje: <http://www.mma.gob.cl/1304/w3-propertyvalue-16573.html>
- Mueller, C., Wallace, J., & Priece, J. (1992). Work and occupations . En *Employee commitment: Resolving some issues* (págs. 211-236).
- Norman, D. (1990). *La Psicología de las cosas cotidianas*. Madrid : Editorial NEREA.
- OCDE. (2005). *Evaluaciones de desempeño ambiental. Chile*.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua española (23.a ed.)*.

- República de Chile. (1980). Capítulo XIV, Artículo 118. En *Constitución Política de Chile*.
- República de Chile. (1980). Ley N° 18.695 Orgánica Constitucional de Municipalidades. Párrafo 4°, Artículo 25 . En *Constitución Política de la República de Chile*.
- Solomon, M. R. (2008). Sección 2, los consumidores como individuos. En M. R. Solomon, *Comportamiento del Consumidor* (pág. 128). México: Pearson Educación.
- Soto, N., & Martinic, R. (2010). Sociología en los tiempos del individuo. Entrevista a Danilo Martucelli. *Doble Vínculo, Revista de estudiante de sociología UC*, 7,9.
- Stafford, E., Jackson, P., & Banks, M. (1980). Employment, work involvement and mental health in less qualified young people. En *Journal of Occupational Psychology* (págs. 291-304). The British Psychological Society.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct in Marketing. En *Journal of Consumer Research* 12 (págs. 341-352). Oxford University Press.
- Zaichkowsky, J. L. (1994). "The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application to Advertising. En *Journal of Advertising* 23 (págs. 59-70).
- Zaichkowsky, J. L. (1994). The Emotional Side of Product Involvement. En *Advances in Consumer Research* (págs. 32-35).